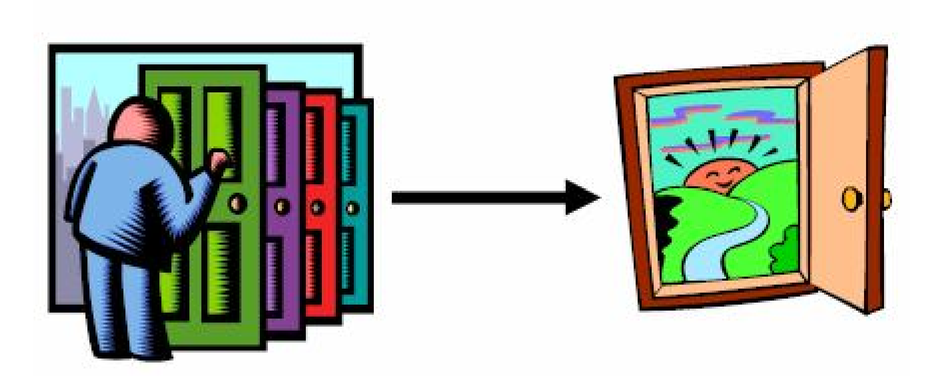
مهارات الإقناع في تنمية الموارد المالية للمؤسسات التطوّعية

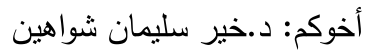
د.خير سليمان شواهين



مقدمة:

جمع التبرعات لم يعد عملا عفويا يعتمد على الجهود والخبرات الفردية، وإنما عملا مؤسسيا وعلما قائما بذاته.

وهذا الكتاب تم تجربته عمليا من خلال تقديمه في دورة قمت بعقدها في مدينة صنعاء اليمنية يومي ٢-٣/ ٢٠١٤/٣ لمؤسسة انهض للتنمية والتمكين، وأنا أضعه هذا الموقع ليستفيد منه جميع العاملين في المؤسسات الخيرية والتطوّعية،راجيا من الله أن يكون في ميزان حسناتنا وحسناتكم، ولا تنسونا من صالح دعائكم





جمع التبرعات ... نظرة عامة

يجب أن يلمس الناس بأيديهم إنجازات أي مؤسسة حتى يتشجعوا للتعاون معها

نصائح خبراء:

أربعة مفاتيح تساعدك على المحافظة على الدافعية والحماس عند العاملين في جمع التبرعات:



١-وضوح الرؤية:

من المهم أن يمتلك من يعمل في هذا المجال رؤية واضحة ودقيقة المعالم حول دوره في هذا العمل حول أهمية هذا العمل أي المؤسسة التي يعمل لأجلها، وأهمية مشاركته في جهودها، ودوره في تحقيق أهدافها.



٢-خطة العمل:

لتحقيق الرؤية الخاصة بك، تحتاج إلى خطة محددة بعناية تتضمن الإجراءات التي سوف تتخذ للوصول إلى هدفك، وهذه الإجراءات يجب أن تبنى على نظرة واقعية وتكون قابلة للتطبيق.



٣- المواقف والتوجهات:

الحفاظ على النظرة الإيجابية أمر أساسي لتحقيق أي هدف، وأثناء سعيك للوصول إلى هدفك، فلا مناص من أن تواجه العقبات والنكسات، ومن المهم عدم السماح لمثل هذه العقبات والنكسات أن تثنيك عن مواصلة عملك، بل عليك أن تسعى لإيجاد الحلول لهذه المشكلات، ومن المتوقع أن تقع أنت أو المؤسسة التي تعمل من أجلها في أخطاء، ويجب أن تعتبر أن الأخطاء جزء مهم من عملية التعلم، والتفكير فيها ومحاولة تجاوزها يكوّن عندك الخبرة والمهارة والبصيرة بحيث تقل فرص ووقوعك في الخطأ وتجعلك قادرا على مساعدة الآخرين في تجاوز أخطائهم.



٤- الثبات:

من السهل جدا أن تتخلى عن الأمر كله عندما تواجه الرفض، والفرق بين أولئك الذين ينجحون في تحقيق أهدافهم والفاشلين هو مستوى الثبات لديهم، ولا تنسى أنك تطلب من الناس بعضا من أغلى ما لديهم وهي أموالهم، وكثير من الناس يصعب عليهم التخلّي عن شيء مما يملكون، وخاصة إن حصلوا عليه بجهد كبير، ولكن حتى هؤلاء الناس إن جئتهم في الوقت والطريقة المناسبة فإنك تحصل منهم على ما تريد.



هل أنت مستعد لجمع التبرعات؟

يتسم جمع التبرعات بالأهمية لنجاح مؤسستك لذلك لا ينبغي أن يقتصر جمع التبرعات على غرض بعينه، ولا أن يكون عملاً تلجأ إليه عندما تنفد أموالك، بل يجب أن يكون عملا منهجيا مستمراً ومنظماً ومتواصلاً، يستلزم النجاح في جمع التبرعات ما يلي:

١–خطة مؤسسية فعالة وحديثة

٢–مهمة واضحة

٣–نظرة تبعث على الإلهام

٤–أهداف وتطلعات طموحة

٥–تبادل الخبرات والمشورة بين المتطوعين والعاملين وأعضاء مجلس الإدارة والأمناء

ولا يرتبط جمع التبرعات بمجرد طلب المال؛ وإنما يتطلب النجاح في جمع التبرعات ما يلي:

–التواصل الجيد

–تحمل المسئولية

–الثقة

–المصداقية

–تقديم صورة إيجابية تبعث على الإلهام

–تطوير أدوات وأساليب لجمع التبرعات

الأخلاقيات والمسئولية والصورة العامة

جمع التبرعات بشكل أخلاقي :

بما أن مؤسستك تقوم على دعائم أخلاقية، فللأخلاق أن تلعب دوراً في دخلك، ويمكنك الحفاظ على حقك في إرجاع أو رفض التبرعات والتي قد يتم اعتبار أنها تعرض للخطر مبادئ مؤسساتك ونزاهتها فبمجرد أن تقبل هدية من إحدى الجهات المانحة، ترتبط مصداقية مؤسستك ارتباطاً وثيقاً بمصداقية تلك الجهة.

ومن المستحسن مناقشة الخطوط العريضة والاتفاق عليها من أجل سياسة أخلاقية للتبرعات يتم اعتمادها في مؤسستك.

من الأسباب التي قد تقود مؤسستك إلى رفض أحد التبرعات:

١. ارتباط الأموال بمصادر إجرامية
٢. وجود تعارض تام بين أهداف الجهة المانحة وبين أهداف مؤسستك
٣. قد يؤدي تلقي الأموال إلى تراجع التأييد المقدم لمؤسستك، وقد يؤدي ذلك إلى تناقص في المصادر المتاحة للجهات المستفيدة منك .
٤. الأفضل القيام بذلك من البداية، بدلاً من الاضطرار إلى إرجاع التبرعات.

المسئولية والشفافية وتقديم التقارير:

١-احرص على تحمل المسئولية تجاه الجهات المانحة والمؤيدين الذين تقترح جمع التبرعات منهم .

٢-الالتزام بالشفافية حول عملك وإبقاؤهم على اطلاع دائم، ولعل تأسيس موقع إلكتروني جديد وإرسال رسالة إلكترونية إخبارية بوصول المبلغ تمثل وسائل مناسبة لإعلام المتبرع بوصول الأموال بالطريقة الصحيحة، وتعتبر وثيقة رقمية تمنح المتبرع مزيد من الثقة.

٣-إذا حدثت أي مشكلة بخصوص أموال التبرعات يجب إعلام المتبرعين بذلك.

٤-احرص دائماً على الوفاء بمتطلبات جهات منح الدعم بشأن تقديم التقارير وحسب الاتفاق الأصلي معهم.

اختبار قدرات واستعدادات:

قم بالإجابة على هذا الاختبار السريع للتحقق من مدى استعدادك لجمع التبرعات لمؤسستك:

١. هل لديك هدف واضح حول المبلغ المطلوب جمعه لتحقيق أهداف وتطلعاتك؟

هل هناك شخص في مؤسستك – سواءً يتلقى أجراً أو متطوع – يمكنه تخصيص ثلاث ساعات على الأقل في اليوم لجمع التبرعات؟

٢. هل لديك صياغة حديثة لبيان المهمة والنظرة التي تتبناها مؤسستك؟

٣. هل لديك خطة إستراتيجية لمؤسستك؟

إذا طلبت من العاملين ومن أفراد مجلس الإدارة توضيح مهمة المؤسسة ونظرتها، فهل سيمكنهم القيام بذلك؟ وهل ستتطابق رواياتهم؟

٤. هل يستوعب أعضاء مجلس الإدارة أهمية جمع التبرعات للمؤسسة؟

٥. هل يساعد جميع أفراد مجلس الإدارة لديك في جمع التبرعات لمؤسستك؟

٦. هل يمكنك تقديم قائمة بالأسواق أو قطاعات الجماهير الأساسية لتلقي خدماتك؟

٧. هل تعرف كيف ستقوم قطاعات الجماهير التي تخاطبها بوصف صورة المؤسسة؟

٨. هل كل أفراد العاملين ومجلس الإدارة في المؤسسة ملتزمون ومتحمسون بشأن الخدمات التي تقدمها مؤسستك ومهمتها؟

٩. هل لديك مصادر مخصصة تماماً لجمع التبرعات؟

١٠. هل لديك علاقات تعاونية مع غيرك من المؤسسات غير الساعية للربح؟

١١. هل التقنية التي تتبناها على أحدث ما يكون؟

١٢. هل تحافظ على اتصالك بوسائل الإعلام فيما يتعلق بمؤسستك والأحداث التي تتولى تنظيمها؟

١٣. هل تحافظ على علاقات جيدة مع قيادات المؤسسات في مجتمعك؟

١٤. هل لديك نسخ حديثة من بعض العناصر التالية والتي تشرح مؤسستك؟

(كتيبات، مواد تسويقية، خطابات، دعوة للأحداث الخاصة، رسالة إخبارية، مقتطفات من الجرائد، بيانات صحفية، تقرير سنوي، صور أو لقطات فيديو...)

دور المسئول عن جمع التبرعات:

١. التزم بالحماس في عملك
٢. التزم بالصراحة حول احتياجاتك
٣. هل لديك تصور واضح حول الفارق الذي ستحدثه في عملك؟
٤. ابدأ بما لديك حالياً من جهات مانحة...ثم عليك بالوصول إلى مجتمعك والتوسع تدريجياً خارجه
٥. لا تنسى أهمية التواصل في عملك
٦. سيكون عليك الوصول إلى عقول الناس وقلوبهم ..وجيوبهم
٧. لا تنس طلب المساعدة
٨. لن يكون عليك دائماً أن تطلب المال (تطلب أشياء عينية أو خدمات)
٩. أكثِر من تقديم الشكر قدر الإمكان
١٠. وفي النهاية، عليك بقضاء وقت طيب

توجد تقاليد العطاء في كل ثقافة تقريباً، فكل ديانة تشجع على العطاء، ويمكن أن يقبل الناس على العطاء للأسباب التالية:

١. بصفة عامة تكون الدوافع كما يلي:
٢. جعل العالم مكاناً أفضل
٣. تحقيق مصلحة ذاتية
٤. الفخر بالارتباط بالعمل الخيري
٥. المشاركة والانتماء
٦. دوام الذِكر
٧. إعفاءات مالية (ضريبية)
٨. الشعور بالذنب
٩. إحداث تأثير طويل الأثر
١٠. صعوبة الرفض بكلمة" لا"

لماذا يمتنع الناس عن العطاء؟

١. لأنهم لا يتواصلون مع الشخص الذي يقدم الطلب
٢. لأنهم سمعواً أخباراً سلبية عن المؤسسة المعنية

٣. لأنهم ينسون
٤. لأنهم لا يعتقدون أنه يمكنهم إحداث فارق
٥. لأنهم مرتبكون بشأن المطلوب منهم
٦. لأنه لا أحد يطلب منهم ذلك!

الإقناع بتقديم الدعم

ويمثل ذلك عرضاً للمعلومات حول سبب احتياجك للمال والذي سيمثل دافعاً مؤثراً يحرك الجهة المانحة لدعم قضيتك. وسوف يساعدك هذا المستند على تركيز جهود مؤسستك على المطلوب لجمع الأموال وسبب قيامك بذلك.

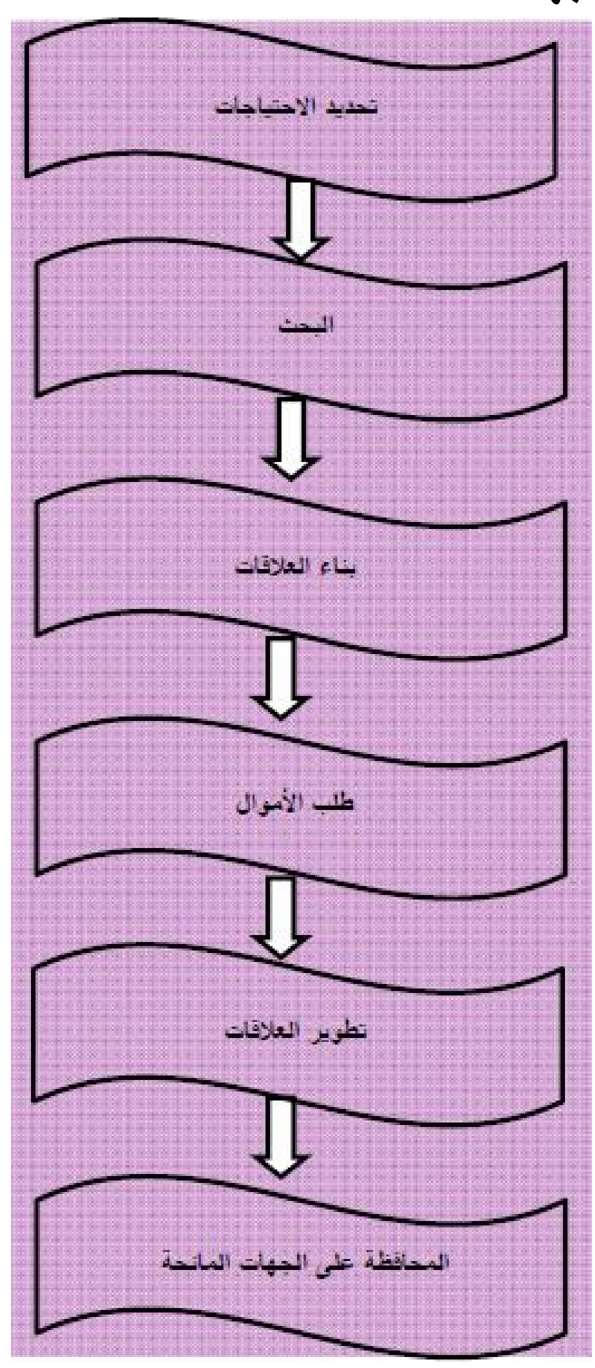
النقاط الواجب إدراجها:

١. من أنت، قدِّم ملخصاً حول المؤسسة
٢. ما هي أهداف هذا المشروع، وما هي الخلفية والاحتياج؟ ما هو السبب؟
٣. هدف يمكن تحقيقه: ما الموضوع بشكل عام؟
٤. الأهداف والأنشطة: ما الموضوع على وجه الخصوص؟ كيف ومتى؟
٥. المتابعة والتقييم: الدليل
٦. الميزانية: ما المبلغ الذي تحاول جمعه؟ ما الفترة الزمنية التي تحاول جمع المال خلالها؟
٧. من أيضاً يتولى المساهمة؟

قم بالتحدث إلى الجهات المانحة – فكّر فيما يلي:

١. ما وجه أهمية الالتماس وما سبب الاستعجال فيه؟
٢. ماذا سيحدث لو فشل هذا الالتماس لتقديم الدعم؟
٣. تذكر الالتزام دائماً بالإيجاز والالتزام بنفس الموضوع واستعجال الطلب وتحفيز الهمم

مراحل التعامل مع الجهات الداعمة:



تحليل المنافسين:

١. من المهم تكوين فكرة أو التعرف على المنافسين، سواءً كانوا حقيقيين أم تخيليين والمشكلات التي ينبغي عليك معرفتها:

٢. ما مجال التنافس، على جهات التمويل أم الأموال؟

٣. هل يعمل المنافسون على نفس مستواك؟

٤. من هم المنافسون الأقوى من بين هؤلاء المنافسين؟

٥. ما هي مجالات التعاون أو التصادم معهم، وهل يمكن العمل معهم بشكل متوازي بحيث لا يحدث تضارب في المصالح؟

٦. هل لديك ميزة تنافسية عنهم؟

فكّر فيما يلي:

١. طريقتك في التنافس

٢. المستوى الذي تتنافس فيه

٣. من يتنافسون معك

٤. مستوى التنافس

٥. مستوى اسم المؤسسة

٦. مستوى المنتجات

٧. مستوى الميزانية

المصادر التي يشكلها المؤيدون المحتملون من الأفراد

١. الأعضاء الحاليون

٢. المتطوعون الحاليون والسابقون والدوليون

٣. عملاؤك أو زبائنك

٤. السياح

٥. الأشخاص الذين يشكلون المجتمع المحلي

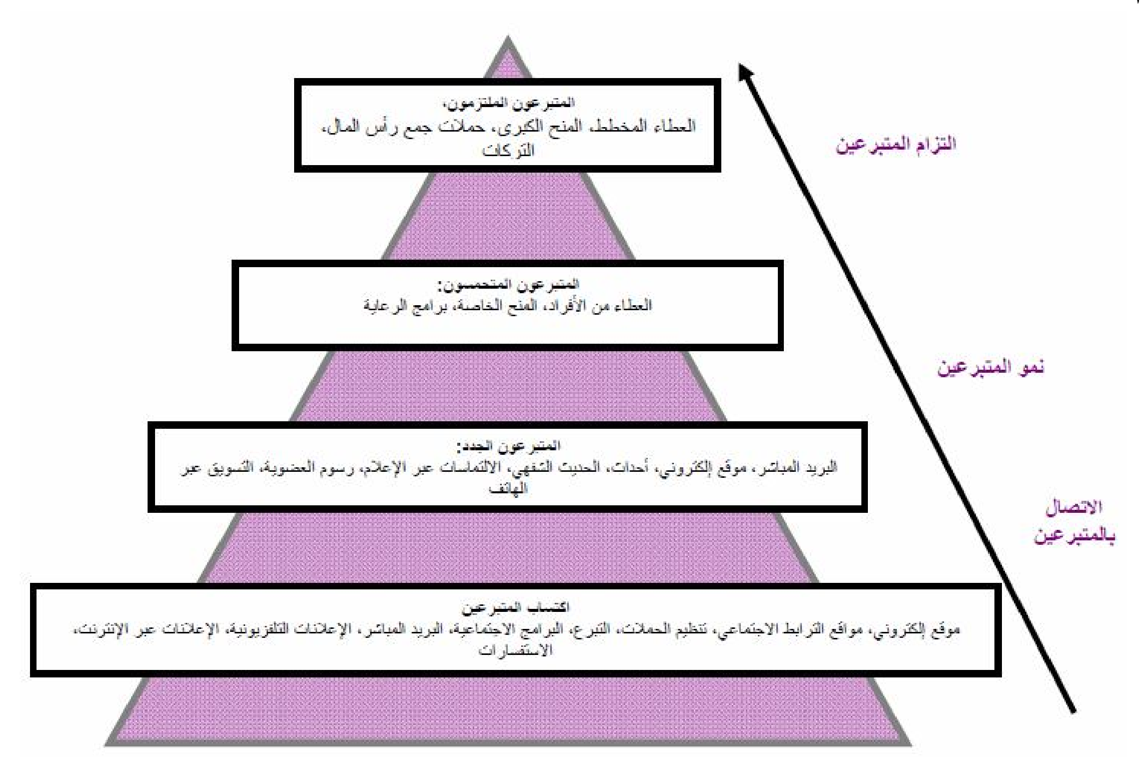
٦. أصدقاؤك وأسرتك

٧. زوار موقعك الإلكتروني

٨. زوار مشروعك أو موقعك

٩. الأفراد المهتمون بمجال عمل مؤسستك

هرم المتبرعين:



جمع التبرعات من كبار المتبرعين

إن جمع التبرعات من كبار المتبرعين يمثل استثماراً يستهلك الكثير من وقت ومصادر جامعي التبرعات، ولكنه قد يكون مصدراً للدخل على المدى الطويل للمؤسسات الأصغر حجماً، حيث إنه لا يحتاج في البداية إلى ميزانية ضخمة ولا فريق عمل كبير الحجم، إلا أنها فرصة للتمويل على المدى البعيد، ولا ينبغي التعجل فيها ولا استخدامها كحل سريع للتمويل.

وهذه بعض النصائح:

١-يتطلب المتبرعون من ذوي المستوى الرفيع بناء علاقات شخصية فضلاً عن استثمار أكبر ومكثف بشكل أكثر سواءً في الوقت أو الموارد، وذلك بالمقارنة مع غيرهم من المتبرعين.

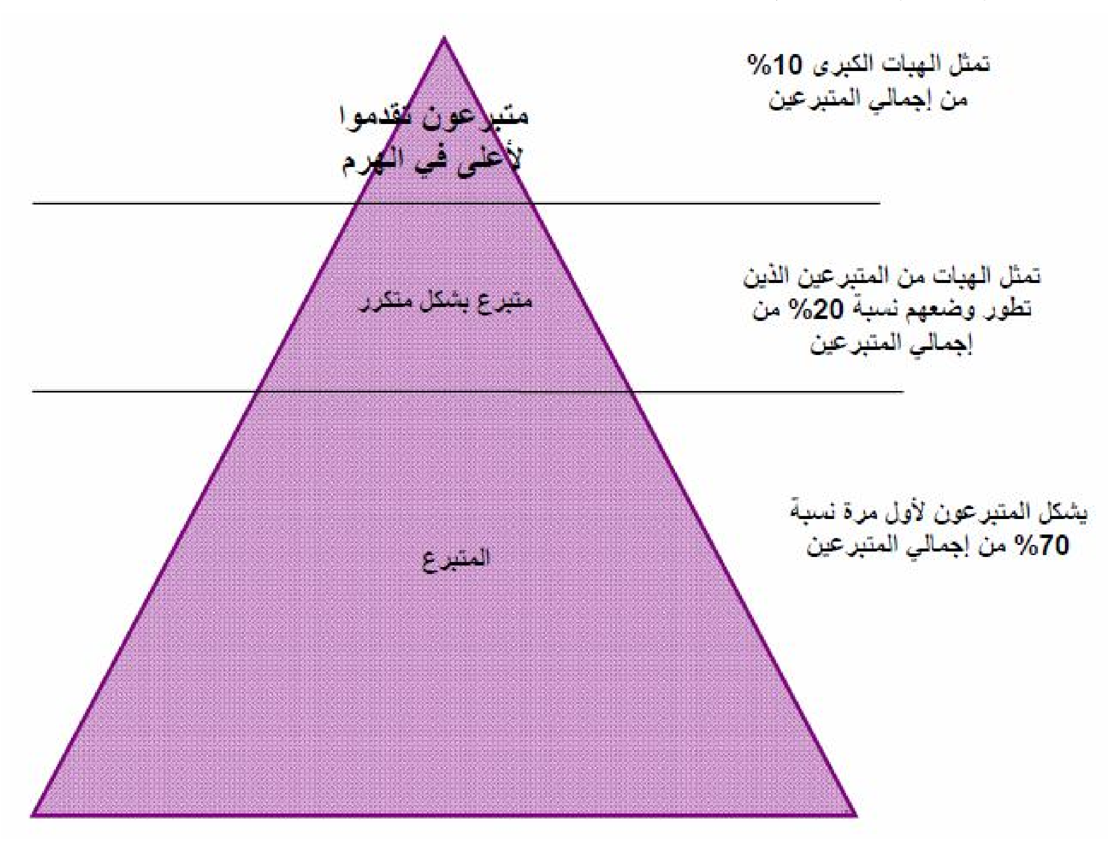
٢-يميل كبار المتبرعين إلى التركيز على المشروعات ويطلبون تخصيص أموالهم لمشروع بعينه .

٣-يكون عليك التعامل مع المتبرعين بشكل مباشر .

ومن جديد، فقبل الشروع، سيكون عليك إجراء أبحاث مكثفة، وقد تحتاج إلى قضاء وقتٍ طويل قد يصل إلى سنة أو أكثر في السعي للحصول على المنحة، ولذلك احرص على عدم تضييع وقتك بالسعي خلف شخص من غير المحتمل أن يقدم لك الدعم في النهاية.

٤-يمكن لأعضاء مجلس الإدارة أن يكونوا في غاية الفعالية، ليس فقط في تحديد الممولين المرتقبين، ولكن أيضاً في تحديد المتبرعين المرتقبين من ذوي المستوى الرفيع.

نسبة مشاركة كبار المساهمين:



هناك عدد كبير من الهيئات والجهات المقدمة للمنح، ومن بينها: هيئات المساعدات الدولية، وهيئات المساعدة متعددة الأطراف، والمنظمات غير الحكومية، والمنح الحكومية (المحلية والقومية)، والوكالات المانحة، والمؤسسات المحلية والدولية، والمؤسسات الدينية، والمؤسسات التابعة للشركات.

وعند البحث عن مصدر للتمويل من هذه الوكالات، فسيكون عليك البدء بإجراء الأبحاث.

ولعلك ترغب في التعرف على ما يلي:

١-ما الوكالات التي ستتولى تمويل مشروعك على وجه الخصوص؟

٢-كيف تفضل التقدم بطلب للتمويل؟

٣-هل من المتوقع أن تعقد أية روابط مع الأمناء والذين قد يدعمون طلبك؟

٤-من هو الشخص الأفضل للاتصال به أو لعقد علاقة معه؟

٥-ما حجم المنح التي تفضلها؟

٦–ما المنحة التي تعرضها تلك الجهات؟

٧–ما القيود المفروضة من جانب الجهة المانحة ، وما هي شروطهم وطلباتهم ، فلا معنى للتقدم بطلب للحصول على شيء لا يمكن لتلك الجهات أن تدعمه ولن تقبل على تقديم الدعم له.

٨–ما نوع المشروعات التي قامت تلك الجهات بدعمها في الماضي، بحيث يمكنك التعرف على الجوانب الخاصة لاهتمامها، وبحيث يمكنك تعديل أسلوبك للاتصال بما يتماشى معها؟

٩–توقيت تقديم الطلب والمدة التي سيستغرقها قبل سماع الرد.

١٠–استكشاف المؤسسات الأخرى التي صادفت نجاحاً في طلباتها.

١١–ما نوع التعليقات والتقارير التي تطلبها؟ هل يمكنك الامتثال لمتطلباتها بشكل واقعي؟ على سبيل المثال، غالباً ما تنطوي المنحة المقدمة من الاتحاد الأوروبي أو الأمم المتحدة على عملية لإصدار التقارير تتطلب جهود عددٍ كبير من العاملين.

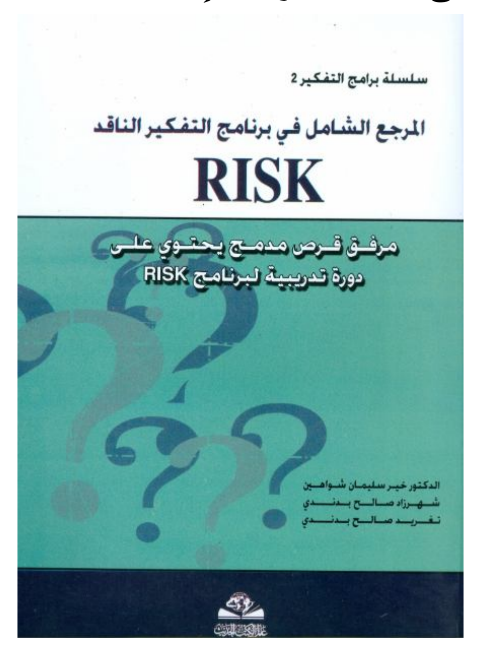
١٢–هل ستقدم تلك الجهات الدعم لنفس المؤسسة مرتين؟

١٣–هل ينتظرون تلقي أي نوع من التقدير أو الاستفادة من الدعم أم لا ؟

المؤسسات الدولية والأندية التي لها ارتباطات خارجية لا أظن أنها تقدم تبرعا من أجل الحصول على رضا الله سبحانه وتعالى، ولهذا يجب اتخاذ الحذر الشديد عند محاولة الحصول على تبرع منها.

مهارات الإقناع

أهم مهارات الإقناع ، والتي هي جزء من برنامج للتفكير الناقد، وقد تم إعطاء النسخة العربية منه اسم (RISK)، وقد أصدرت كتابا في هذا الموضوع واخترت الأمثلة والتطبيقات بناء على ثقافتنا العربية الإسلامية.



التفكير الناقد يدور حول اتجاهين :

الأول: هو كيف تتأكد من صدق وأهمية ما تسمعه أو تقرأه أو تراه

تقديم أمثلة:

الثاني: هو كيف تستطيع إقناع الناس بما تريد ؟

وهذا ما يهمنّا في عمل جمع التبرعات، وسيكون موضوع هذه المحاضرة، وعدد المهارات التي تقع تحت هذا الموضوع (٢٠ مهارة)، سوف نشرح عدة مهارات ثم عمل مجموعات وبعد عرض أعمال المجموعات ومناقشة عامة.



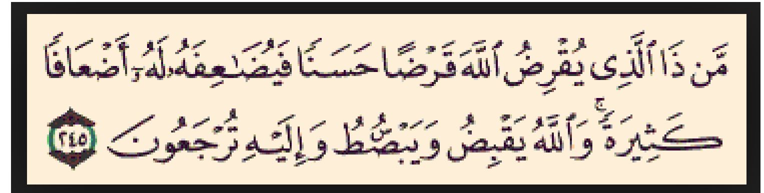
وهذه هي المهارات:

1. **جاذبية الاسم**
2. **تسويق الفكرة**
3. **الإقناع الساذج**
4. **أسئلة الدفاع**
5. **الدعاية**
6. **المناورة**
7. **قوة التأثير**
8. **التأثير في المشاعر**
9. **الدفاع عن الذات**
10. **الأمثلة المنطقية**
11. **قوانين المجتمع**
12. **المعايير المزدوجة**
13. **الحد الفاصل**
14. **الإقناع بلغة التكرار**
15. **الأهمية والضرورة**
16. **التلميح**
17. **تفنيد المناقشات والمجادلات**
18. **البرهنة على صحة الكلام**
19. **التمييز بين الحقيقة والرأي**
20. **تجنب الإجابة المقصودة**

١-اسم المهارة: جاذبية الاسم:

للأسماء تأثير على الأشخاص.. فقد تضع اسما لكتاب يكون مؤثراً وله جاذبية على أشخاص معينين مما يؤدي إلى زيادة في البيع وما شابهه من أسماء المنتجات.

مثال من القرآن الكريم:



مثال١:

التاريخ الإسلامي مملوء بالتسميات التي تعطي صاحبها الشرف والاحترام... أمثال عائشة أم المؤمنين وسيف الله المسلول وجعفر الطيار والكثير الكثير من الأمثلة.

وهنالك أمثلة على أسماء طرحت على أصحاب السوء والندامة مما يورث لهم الابتعاد والجفاء والنكرة من المؤمنين أمثل أبو جهل وأبو لهب.

مثال٢:

وردت في بعض النصوص والمجلات العلمية تسميات وصفية لمرض الإيدز لإظهار خطره وبشاعة المعاصي التي تؤدي إليه ومن هذه الأسماء: مقبرة الجنس الحرام، مكنسة الشواذ،   وهذه التسميات تأثير على المستمع لما لها من جاذبية ووقع

مثال٣:الأسماء عند البدو

يسمى بعض البدو أبناءهم بأسماء قد تكون مخيفة أو ثقيلة على الأذن لتخيف الأعداء حسب اعتقادهم، ومن هذه الأسماء: طريخم، بعيجان، غويلان

مثال ٤ –قصة الأعمى والربيع



من القصص التي فيها من معان جميلة قصة الأعمى الذي جعل من أحد الأرصفة مكاناً يجلس فيه كل يوم طمعاً في أن يتصدق الناس عليه لعدم قدرته على العمل.ويحكى أن هذا الأعمى كان يضع أمامه كيساً فارغاً يستقبل فيه صدقات الناس عليه.وفي ذات يوم مر عليه شخص يعمل في مجال الدعاية والإعلان فوجد لوحة صغيرة قد وضعها هذا الأعمى خلفه وقد كتب فيها عبارة "**تصدقوا علي فأنا أعمى**" ولاحظ هذا الرجل قلة المال الذي في الكيس فما كان منه إلا أن تناول هذا الورقة ومسح العبارة وكتب عبارة أخرى ثم أعادها إلى مكانها ومضى في طريقه.

..بعد قليل لاحظ الأعمى أن النقود قد زادت في الكيس بشكل غير معتاد عن كل يوم فأوقف أحد المارة وسأله قائلاً : سيدي : لقد مر رجل من هنا قبل قليل وأحسست أنه قام بشيء ما حولي لكنني لا أعلم ماذا فعل،ولاحظت أن الناس اليوم تصدقوا علي بمال أكثر من كل يوم فأرجو أن تخبرني ماذا حولي غير اللوحة.

نظر الرجل حول الأعمى فلم يجد سوى لوحته وأخبره أنه لا يوجد غيرها حوله فقال له الأعمى أقرأها. فقرأها الرجل فإذا العبارة قد تغيرت من "**تصدقوا علي فأنا أعمى**" إلى " **الدنيا ربيع لكنني لا أستطيع أن أرى جماله**"

٢ –اسم المهارة: تسويق الفكرة

عندما تكون مسوقاً لفكرتك فإنك لا بد تستخدم كل المميزات والحسنات. لإظهار فكرتك بالكل الأفضل حتى تقنع الآخرين بالحصول عليها، فإذا كنت تريد إقناع أحد الأشخاص بشراء منتج ، كتاب أو شيئاً ما، فلا بد أنك ستستخدم كل السبل لتسويق هذا المنتج.

أما بالنسبة للفكرة فإن الشخص لا بد أن يحاول استخدام كل المميزات الإيصالي الفكرة إليك.

مثال١:

رأى إبراهيم بن أدهم رجلاً يتحدث بكلام لا يعنيه فوقف عليه وقال: أهذا كلام ترجو منه الثواب

قال: لا

قال: أفتأمن عليه العقاب؟

قال: لا

قال:ابن أدهم: عليك بذكر الله وما تصنع بكلام لا ترجو منه ثواباً ولا تأمن عقاباً

مثال٢: الانتقام عدل والتجاوز فضل

أتى المنصور برجل ليعاقبه على شيء فقال له: يا أمير المؤمنين الانتقام عدل والتجاوز فضل ونحن نعيذ أمير المؤمنين بالله أن يرضى لنفسه بأوكس النصيبين دون أن يبلغ أرفع الدرجتين فعفا عنه.

هنا نلاحظ براعة الرجل في تسويق فكرة العفو عن طريق دفع خيارين الانتقام عدل والتجاوز فضل، ونلاحظ إظهار انك أيها المنصور تستحق أن تبلغ أرفع الدرجتين، وهي الأفضل من أجل العفو. فحصل الرجل على ما يريد وامتنع المنصور بالعفو عنه

٣-اسم المهارة: المناورة:

وهي استخدام طريقة معينة من أجل إخراج المستمع أو المتلقي عن المسار للفكرة الرئيسية.

وتكون على أشكال منها:

١. تغيير شكل الموضوع.
٢. الاهتمام بفكرة أو نقطة أقل أهمية وذلك للابتعاد عن الفكرة الرئيسية.
٣. إقحام مناقشة أو أمر ما ليس له شأن في الفكرة الرئيسية. وذلك من أجل إبعاد الشخص عن المناقشة الأساسية أو الموضوع الأساسي.

مثال١:

كان حويطب بن عبد العزى قد بلغ عشرين ومائة سنة؛ ستين سنة في الجاهلية، وستين سنة في الإسلام.

فلما ولي " مروان بن الحكم" المدينة، دخل عليه " حويطب" فقال له مروان: ما سنك؟ فأخبره.

فقال له: تأخر إسلامك أيها الشيخ، حتى سبقك الأحداث.

فقال: والله، لقد هممت بالإسلام غير مرّة، وكان يعوقني أبوك عنه وينهاني، ويقول: أتدع دين آبائك لدين محدث؟

قال: فأسكت مروان، وندم على ما كان منه.

٤- اسم المهارة: قوة التأثير

أن تتأثر بشخص ما يتمتع بقوة معينة وهنالك أنواع لقوة التأثير

١. قوة المعرفة دراسات علمية.
٢. قوة الأرقام الإحصائيات.
٣. قوة التجربة الشخصية أن يعرض شخص ما تجربته
٤. قوة التجربة لشخصية للأخر عندما يقول قال صديقي أو قال في وهكذا.
٥. قوة التجربة الشخصية البعيدة: أحد الأشخاص قال.. أو روى
٦. قوة الشهادة المدعومة بدليل إعطاء دليل أن يقول شخص أمر ما ويعطي دليل على ذلك.
٧. قوة الألقاب مثال قال رئيس البلدية، رئيس الوزراء.
٨. قوة اقتباس المصدر كقول شخص مشهور شاعر أو كاتب أو حكيم مقتبس من كتاب أو مؤلف.
٩. قوة الموقع: القائد الفلاني – أن المعلم هنا، أن القائد هنا

مثال: قوة التأثير بالأرقام "الإحصائيات"

أمامك إحصائية بعدد سكان محافظات المملكة الأردنية الهاشمية لعام ١٩٩٤

عمان	١٥٧٩.٠٨	جرش	١٢٣١٩٥
اربد	٧٤٥٧٧٤	عجلون	٩٤٢٠٥
الزرقاء	٦٣٢١٤٣	العقبة	٧٩٧٤٥
الكرك	١٩٦٥٥٢	الطفيلة	٦١١٥٦

٥- اسم المهارة: التأثير في المشاعر:

وهو استخدام الكلمات المثقلة بالعواطف والمشاعر

فهنا المتحدث يريد منك أن تشعر وتحس في الكلمات أكثر من التفكير والتأمل ومن الأمثلة على ذلك

١. الشفقة استخدام كلمات تثير الشفقة.
٢. الغضب: استخدام كلمات تثير الغضب

٣. التحيز التحامل: استخدام كلمات تحمل تحيزاً نحو أشخاص أو كلاماً على أشخاص.
٤. العدالة: أن تتعام بعدالة وإنصاف في الحكم على الأشخاص.
٥. التسمية أو النداء بالاسم وصف شيء، مثل هذا الجاهل
٦. التلويح بالوطنية: أن هذا واجب وطني.
٧. السخرية: إظهار نكته أو الاستهزاء من الشخص
٨. المداهنة: المغالاة في الوصف
٩. المكانة: إن لكم مكانة مرموقة، أنتم أناس مهمين، أنتم أناس طموحين
١٠. المبادئ الأخلاقية: أخلاقي تمنعني من فعل كذا، ضميري يمنعني من معل كذا
١١. الكرم: إظهار صورة الكرم لدى الأشخاص، أنكم كرماء

عندما يستخدم المتكلم أسلوب التأثير بالعواطف في نقاشه لا يعني ذلك أن النقاش ضعيف. ولا يعني أيضاً أن المناظرة قوية أيضاً.
ولكن يعني إلى أن نلجأ إلى التفاعل مع الأحاسيس والمشاعر أكثر من التفاعل بالمنطق والتفكير العميق كذلك، لا بد أن نتساءل هل النقاش جيداً أو لا وهل نتابع الإصغاء والتفاعل مع هذا النقاش.

مثال: لا عافاكم الله "الغضب"
لما قتل مصعب بن الزبير خرجت سكينة بنت الحسين تريد المدينة فأحاط بها أهل الكوفة، وقالوا: أحسن الله مصابك يا بنت رسول الله.
فقالت: والله لقد قتلتم جدي وأبي وعمي وزوجي مصعباً أيتمتموني صغيرة وأرملتموني كبيرة، فلا عافاكم الله من أهل بلد ولا أحسن عليكم الخلافة.

٦-تفنيد المناقشات والمجادلات:-

شرح المهارة:-
عندما تحصل مناقشة ما، ليس فقط أن توافق أو لا توافق على رأي شخص ما، ولكن يجب أن تكون قادراً على إيجاد مناقشات تؤيد وتدعم ما تفكر به، وعندما لا توافق على الحديث أو النقاش أيضاً يجب أن تكون قادراً على بيان ما هو الخطأ في النقاش.
قال علي رضي الله عنه يصف ماذا يفعل إذا حصلت له مشكلة: "صحيح الفكر":-
إذا المشكلات تصدين لي كشفت غوامضها بالنظر

وإن برقت في مخيل الظنون	عمياء لا يجتليها البصر
مقنعة بغيوب الأمور	وضعت عليها صحيح الفكر
معي أصمع كظبا المرهفات	أفرى به عن بنات السير
لساني كشقشقة الأرحبي	أو كالحسام اليماني الذكر
ولست بإمعةٍ في الرجال	يساءل هذا وذا ما الخبر
ولكنني مذرب الأصغرين	أبين مع ما مضى ما نحبر

يقول سيدنا علي رضي الله عنه:-

إذا حصلت له مشكلة ما، أو اعترضنه مشكلة، فإنه يجري عملية الكشف عن الأشياء الغامضة بالنظر، وإذا كان هنالك ظنون أو شكوك وأمور غائبة أي مخفية لا يمكن أن يدركها بالبصر، فإنه يرمز في التفكير، ويستخدم قلبه كدليل ويقول إن قلبه ليس أي قلب، قلبه الذكي المدرب على التفكير في إيجاد الحلول للمشكلة، ويستخدم لسانه في المناقشة ويكون كالسيف الحاد، ولا يكون إمعة، (ليس له رأي في النقاش)، وإنما رأيه واضح ولا يسأل هذا وذاك عن الخبر، وذلك لأنه يتفحص ويبحث عن الخبر والمعلومات فيعرف ما المشكلة وكل الأخبار المتعلقة بها، وهذا مبني على تدريب عملي للسانه وقلبه لإيجاد الحلول والتصدي للمشكلة.

باعتقادك هل استخدم سيدنا علي رضي الله عنه مهارة تفنيد المسألة في طرحه للتفكير في المشكلة والتصدي لها؟.هل تعتقد أن كل الأفكار الموجودة في شعر علي بن أبي طالب تدعم الفكرة الأولى؟.

مثال٢:-

قال أحد السياسيين الأمريكان للروس في مقابلة تلفزيونية سنصل قبل الروس إلى القمر وسنرفع العلم الأمريكي فوق القمر وسنقيم قاعدة لصواريخ الفضاء.

فرد أحد السياسيين الروس عليه في تعليق في مقابلة تلفزيونية سنترك للأمريكان القمر وسنتجه إلى المريخ فهو مركز استراتيجي أهم.

فرد أحد الأطباء في تعلق ساخر في الجريدة ألم يكن اهتمامكم بعلاج السرطان والأنفلونزا أولى من إرسال رجل إلى القمر، أما أنصار السلام فردوا في تعليق ساخر في جريدة معارضة إذا كنتم تستطيعون أن ترسلوا رجلاً إلى القمر، فلماذا تعجزون عن وضع نهاية للحروب على الأرض؟ أما أحد المواطنين فكتب في الجريدة ذاتها يقول للروس والأمريكان اتركوا الكون يعيش في سلام وكفاكم ما فعلتم بالأرض.

٧–اسم المهارة: الأهمية والضرورة:

هي فن من فنون الإقناع، يحاول فيها الشخص إقناعك بأن ما يطلبه منك ذو أهمية وضرورة. فلذلك ... افعله...

مثال١:

أراد المعتصم أن يقتل تميم الدوسي.

فقال تميم شعراً:

أرى الموت بين السيف والنطع كافياً   يلاحظني من حيث ما أتلفت

وأكبر ظني أنك اليوم قاتلي   وأي امرئ مما قضى الله يفلت

وأي امرئ يأتي بعذر وحجة   وسيف المنايا بين عينيه مصلت

وما جزعي من أن أموت وأنني   لأعلم أن الموت شيء مؤقت

ولكن خلفي صبية قد تركتهم   وأكبادهم من حسرة تتفتت

فإن عشت عاشوا سالمين بغبطة   أذود الردى عنهم وإن مت موتوا

وكم قائل لا يبعد الله داره   وآخر جذلان يسر ويشمت

فابتسم المعتصم وعفا عنه.

ما رأيك في أبيات الشعر؟

هل تعتقد أن الشاعر استخدم مهارة الإقناع بالأهمية والضرورة؟ ليستجدي عطف المعتصم. لقد قال الشاعر أن لي صبية إذا تركتهم.. سيموتون حسرة وألم ألا تعتقد أنه استخدم ضرورة بقاءه من أجل أبناءه وهنا لقد أفلح الشاعر في إقناع المعتصم بالعفو عنه.

٨- اسم المهارة: الإقناع الساذج:

هي اللجوء إلى طريقة ساذجة للإقناع فالمبررات الموجودة غير مقنعة بل إنها ساذجة ولا تعتمد على المنطق والبراهين.

مثالً١:

قبل بدء المعركة لاحظ بركليس القائد الأثيني أجمة من الأشجار الضخمة ،فأحضر رجلاً ضخم الجثة مهيب الطلعة وألبسه ملابس أرجوانية ثم أعطاه مركبة تجرها خيول بيضاء وأمره أن يختبئ في الأجمة، على أن يخرج عند إعطاء إشارة البدء في المعركة ويتوجه نحو الاثنين ويصرخ باسم بركليس ويخبره على مسمع من العدو إن الآلهة تقف إلى جانبه ،ولما حدث هذا فرّ جيش الأعداء مذعوراً دون مقاومة

مثال٢:

عندما أراد الاسكندر المقدوني التضحية للآلهة كتب بمادة ملونة على يد مقدم التضحية الذي عندما أخرج أحشاء الحيوان ضغط يده على الكبد الحار فظهرت عليه الكلمات التي تتبئ بنصر الاسكندر ورآها الجنود فاقتنعوا بأن الآلهة تريد لهم النصر.

٩-اسم المهارة: التلميح:

هو استخدام مهارة الرسالة الخفية التي تتضمنها الكلمات لإيصال الأفكار ،والمفكر يستطيع أن يستخلص النتيجة النهائية من بين الكلمات

مثال١ : دخل شاعرٌ على ملك وهو على مائدته فأدناه الملك إليه وقال له : أيها الشاعر قال نعم أيها الملك، فقال الملك : و...... ، فردّ الشاعر على الفور : إنّ ......

فغضب الملك غضباً شديداً وأمر بطرده،وقال لجلسائه : أنا قلت له : و.... ،أعني قول الله تعالى: "والشعراء يتبعهم الغاوون". فردّ عليّ وقال: إنّ ....،وهو يعني قوله تعالى : "إنّ الملوك إذا دخلوا قريةً أفسدوها وجعلوا أعزة أهلها أذلة" .

مثال٢: خاصمت امرأة زوجها في تضييقه عليها فقالت: والله ما يقيم الفأر في بيتك إلا لحب الوطن

مثال ٣: يغير عتبه بابه

قال ابن عباس:لما شب إسماعيل تزوج امرأة فجاء إبراهيم فلم يجد إسماعيل، فسأل عنه امرأته فقالت:

خرج يبتغي لنا ثم سألهم عن عيشهم فقالت: نحن بشرّ، في ضيق وشدة وشكت إليه فقال: فإذا جاء زوجك فأقرئي عليه السلام وقولي له يغير عتبة بابه فلما جاء أخبرته.

فقال: ذاك أبي وقد أمرني أن أفارقك فالحقي أهلك

مثال٤: الزوج والزوجة

اجبر احد الرجال على فراق زوجته التي أحبها بسبب الخلافات القبلية، ولكنه لم يطلقها، وراح والشوق يدفعه إلى مضارب أهل زوجته وعندما اقترب من الخيام راح يقلد صوت الذئب وعوى ثلاث مرات، فعرفت الزوجة أن هذا الذئب هو زوجها فخرجت والوله يقودها إلى زوجها وبعد اللقاء الزوجي المعتاد، حملت الزوجة وعادت إلى أهلها، ولما اتضح الحمل فذكرت الزوجة ما حدث لإخوانها فبحثوا عن الزوج لمعرفة الحقيقة حتى وجدوه في مجلس أحد الشيوخ،وطبعا لا يريدون فضح أسرارهم أمام الآخرين، فقال اخو الزوجة:

"يا ذيب يا للي تالي الليل عويت ، ثلاث عويات على ساق وصلاب،
اسئلك بالله عقبها ويش سويت ، يوم الثريا راوست والقمر غاب؟ "
فردّ الزوج:" أنا اشهد إني عقب جوعي تعشيت، وأخذت شاة البيت من بين الأطناب،
على النقا ولا الردى ما تقهويت، ردوا نسبنا يا عريبين الأنساب"
وبذلك تمت براءة الزوجة ورجعت مع زوجها دون أن يعلم الآخرين بما حدث.

١٠- اسم المهارة: الدعاية:

الدعاية: هي شائعة أو فكرة تنشر بقصد إقناع أحد ما بأمر ما والغاية من الدعاية هو الإقناع.
وهنالك أساليب للدعاية مثل:

١. الاهتمام بالكثرة:
٢. ٢.التكرار أو الإعادة.
٣. ٣.التحويل:
٤. ٤.الدليل:
٥. الضرورة أو الحاجة:
٦. المجان" بدون مقابل":
٧. التعميم: استخدام كلمات أو مصطلحات عامة:
٨. التسمية والوصف:
٩. استخدام كلمات عاطفية.
١٠. إثارة الفضول:
١١. المغالاة:

١١-اسم المهارة: أسئلة الدفاع

هي الأسئلة التي تطرحها حول قضية تواجهك أو أمر يعترض طريقك وذلك لحمايتك من الوقوع في الخطأ وأيضاً لحماية فكرتك أو موضوعك الذي تطرحه.

مثال١:

يقال أن أحد قادة المسلمين قد دعي إلى مؤتمر صحفي ليجيب على أسئلة كبار الكتاب والمفكرين والمعلقين السياسيين وفيهم الكثيرين من اليهود.

فسأله أحدهم: سمعنا أنكم تعاقبون السارق بقطع يده والزاني بالرجم، وهذه عقوبات بربرية همجية ترفضها مدينة القرن العشرين فما رأيك في هذا؟

قال القائد المسلم: أحب أن أؤكد لك أن تطبيق تلك العقوبة خلال السنة الماضية قد اقتصر على حادثتين اثنتين في بلادنا الواسعة ، وقد حققت قسوة تلك العقوبة التي أمر الله بها ما نطمح إليه فلقد انقطع دابر السرقة أو كاد في بلادنا ولكن دعني أسألك سؤالاً

هل حققت قوانينكم الوضعية القضاء على السرقات؟

ألا ترى أن قوانينكم الوضعية قد شجعت الناس على السرقة؟

ودعني أسألك إذاً هل تعتقد أن قطع يد شخصين ثبتت عليهما جريمة السرقة دون سبب من حاجة أو إملاق.. فسلم المجتمع كله واستقر الأمن وشاعت الطمأنينة هل هذا القانون أفضل أم قانونكم الذي ترتكب في ظله أبشع جرائم القتل بدافع السرقة والاغتصاب؟

أما عن عقوبة الزنا فقد أحاطها الإسلام بالكثير من الإحترازات التي تجعل إقامة الحد فيها متعذرة بالبينة بل مستحيلة ولم تطبق هذه العقوبة في حكم الإسلام إلا بالاعتراف أفهذا أفضل أم في مجتمعكم من مباذل أخلاقية استحي أن أشير إليها؟

نلاحظ هنا أن القائد يدافع عن الإسلام بالمقارنة بين القانون ألسمائي والقوانين الوضعية ويطرح أسئلة للدفاع عن الإسلام تثير عقول الكتاب والصحفيين المتواجدين وهنا تكون أسئلة الدفاع لمن لا يريد إعطاء فرصة لخصومه في البحث عن أسئلة قد لا يكون الجواب حاضرا في ذهنه في تلك اللحظة فيضعف موقف، وإنما يترك الأجوبة لهم ولعقولهم للتفكير والتدبر والتذكر

١٢-اسم المهارة: التمييز بين الحقيقة والرأي:-

شرح المهارة:-

الحقيقية: ثابتة واضحة لا تتغير.

الرأي: آراء أفكار مطروحة تطرح من قبل شخص معين وقد تكون حقيقية وقد تكون غير حقيقية إنما هي تعبر عما يجول في ذهن المتحدث عن موضوع ما.

مثال:-

١. أرى أن السعادة تكمن في محبة الناس لبعضهم البعض.
٢. أعتقد أن العولمة هي سبب كل ويلات ومشاكل العالم.
٣. أعتقد أن السفر يذهب الهموم ويساعد الإنسان على نسيان مشاكله.

نلاحظ أن الأمثلة الثلاثة السابقة هي آراء تعبر عن أصحابها، وليست حقيقة ثابتة لا تتغير، فقد يكون اعتقادي بالنسبة للسعادة أو العولمة أو السفر يختلف عن اعتقادك، فكل منا وجهة نظره في الموضوع، قد تكون السعادة بالنسبة لي ليست في محبة الآخرين، وقد تكون العولمة سبباً في الانفجار المعرفي وفي تقدم وازدهار الشعوب، وق يكون السفر جالباً للهموم وليس طارداً لها، لذلك كل شخص يعبر عن رأيه في هذه الأمور، فتختلف الآراء والطروحات والأفكار.

أما الحقيقة فهي ثابتة، مثال: على ذلك الشمس تشرق من الشرق هل أتى شخص وأدعى غير ذلك، هل استطاع أحدهم إثبات أن الشمس تشرق من مكان آخر، هل يستطيع أحد أن يقول أن الشمس غير موجودة وأن القمر لا وجود له، إنها حقائق ثابتة موجودة على الأرض تثبت قدرة الله عز وجل في خلقه للوجود، للكون للإنسان.

مثال:- قسمة الرحمن:-

توكلت في رزقي على الله خالقي وأيقنت أن الله لا شك رازقي
وما يك من رزقي فليس يفوتني ولو كان في قاع البحار الغوامق
سيأتي به الله العظيم بفضله ولو لم يكن مني اللسان بناطق
ففي أي شيء تذهب النفس حسرة وقد قسم الرحمن رزق الخلائق

ما رأيك في ما قاله الشافعي بالنسبة للرزق هل هو رأي أم حقيقة؟

١٣- اسم المهارة:- البرهنة على صحة الكلام.

شرح المهارة:-

وهي أن تصدر تعميمات تستند إلى قاعدة مرت عليك أو شاهدت بوضوح أو أمر ما في السابق، فتطلق الحكم بناءاً على ما رأيت وتعطي برهاناً على صحة كلامك وقد يكون خاطئاً.

مثال١: ليس يكسف إلا الشمس والقمر

الدهر يومان ذا أمن وذا خطر　　والعيش عيشان ذا صفو وذا كدر.

أما ترى البحر تعلو فوقه جيف　　وتستقر بأقصى قاعه الدرر

وفي السماء نجوم لا عداد لها　　وليس يكسف إلا الشمس والقمر

هنا أعطى الشاعر البرهان القاطع على صحة كلامه وهو أن النجوم كثيرة لا عداد لها، ولم نر شيئاً يكسف إلا الشمس والقمر، من المؤكد أن كلام الشاعر صحيح، لأن القاعدة التي مرت علينا وشاهدناها هي كسوف الشمس وخسوف القمر.

أما النجوم الأخرى فلم نر لها كسوف أو خسوف، ولكن لو فكرنا في النجوم المتبقية من الممكن أن يكون لها كسوف أو خسوف ولم يمر علينا أو لم نشاهده أليس كذلك، وذلك نظراً لظروف الطبيعة التي نعيش فيها وبعد هذه النجوم عنا أليس كذلك، فكر في الأمر بجدية أكثر وأعط اقتراحاتك.

مثال٢: أحفظ لسانك

أحفظ لسانك أيها الإنسان　　لا يلدغنك أنه ثعبان

كم في المقابر من قتيل لسانه　　كانت تهاب لقاءه الأقران

هنا يبرهن الشاعر على صحة كلامه، وذلك بإعطاء مثال موجود وهو القتلى الذين قتلوا بسبب لسانهم وذلك كناية عن آرائهم وأفكارهم.

١٤- اسم المهارة:- الأمثلة المنطقية.

شرح المهارة:-

يستخدم المفكر قولاً مأثوراً أو مثلاً شعبياً لينهي به الحوار.

مثال١/ جواب مقنع:

روي أن الحجاج الثقفي أخذ أخا قطري من الفجاءة وقال: لأقتلنك، قال: لم؟ قال: لخروج أخيك علي، فقال: إن معي كتاباً من أمير المؤمنين أن لا تأخذني بذنب أخي، فقال الحجاج: هاته؟ قال: ومعي كذلك رسالة من السماء علاوة على رسالة أمير المؤمنين، ثم قال معي قول الله تعالى: (ولا تزر وازرة وزر أخرى). فتعجب من جوابه وخلى سبيله.

مثال٢: حوار بين أبي حنيفة وجاحد:-

سأل رجل جاحد الإمام أبا حنيفة رضي الله عنه قائلاً: هل رأيت ربك؟ قال الإمام أبو حنيفة: سبحان ربي لا تدركه الأبصار، فقال الرجل الجاحد: هل لمسته؟ أو شممته؟ أو سمعته؟ أو ذقته؟ قال الإمام أبو حنيفة: سبحان ربي ليس كمثله شيء وهو السميع البصير، فقال الجاحد: فإذا لم تكن رأيته أو لمسته أو شممته ولا أحسسته فمن أين تثبت أنه موجود؟.

فقال أبو حنيفة: يا هذا هل رأيت عقلك؟. قال: لا، قال أبو حنيفة: هل سمعت عقلك، قال: لا، قال أبو حنيفة: هل شممت عقلك، قال: لا، قال أبو حنيفة: هل أحسست عقلك؟ قال: لا، قال أبو حنيفة: أعاقل أنت أم مجنون؟ قال الجاحد: أنا عاقل، قال له أبو حنيفة: فأين عقلك؟ قال الجاحد: موجود، قال أبو حنيفة: كذلك الله جل جلاله موجود.

١٥- اسم المهارة:- تجنب الإجابة المقصودة.

شرح المهارة:- عندما يطرح عليك سؤال، ولا تستطيع إجابته فتلجأ إلى تجنب السؤال بطريقة أو بأخرى.

١-قال تعالى:

(يَسْأَلُونَكَ عَنِ الأهِلَّةِ قُلْ هِيَ مَوَاقِيتُ لِلنَّاسِ وَالْحَجِّ وَلَيْسَ الْبِرُّ بِأَنْ تَأْتُوْاْ الْبُيُوتَ مِن ظُهُورِهَا وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنِ اتَّقَى وَأْتُواْ الْبُيُوتَ مِنْ أَبْوَابِهَا وَاتَّقُواْ اللّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ) (١٨٩/سورة البقرة)

لقد كان السؤال عن كنه القمر وما هو، ولكن جاء الجواب مختلفا

مثال٢:- الصمت شرف:

- قالوا سكت وقد خوصمت، قلت لهم: إن الجواب لباب الشر مفتاح

الصمت عن جاهل أو أحمق شرف وفيه أيضاً لصون العرض إصلاح

-ليس الغبي بسيد في قومه إنما سيد قومه المتغابي

١٦ -اسم المهارة: الدفاع عن الذات:

شرح المهارة:-

هو أن تضع المبررات لما فعلت، وبذلك تدافع عن ذاتك وعن أفكارك وأرائك باستحضار أسباب قد تكون مقنعة وحقيقية وقد تكون غير مقنعة إذاً فهي خاطئة، وقد يكون الدفاع دفاعً مبرراً لأسباب حقيقية وقد يكون الدفاع دفاعاً غير مبرر أي دفاع خاطئ لأن الأسباب خاطئة وغير مقنعة.

مثال:

قالت المصادر من داخل محكمة جنايات شمال القاهرة المختصة بمحاكمة مبارك : أن رئيس المحكمة بدأ في سؤال المتهمين : هل تريد إضافة شيء إلي جانب ما جاء به هيئة الدفاع عنك؟ يتردد أن مبارك رد علي السؤال بالنفي . وإنه يكتفي بما جاء به هيئة الدفاع .
وقدم فريد الديب محامي حسني مبارك بمذكرة دفاعية ، كما قدم عددا من الملاحظات الشفهية .
بعد أن انتهي الديب من المرافعة ، طلب مبارك الكلمة . والقي بيتا شهيرا من الشعر:

بلادي وإن جارت عليّ عزيزة وقومي وإن ظنّوا عليّ كرام

١٧-اسم المهارة: قوانين المجتمع:

شرح المهارة: القوانين – هي المادة التي تحكم المجتمع وتجعله يسير وفقاً لنظام يراعي العدالة للمجتمع.

وعندما يتبع الفرد القوانين فإنه إنسان منضبط يسير وفقاً لنظام معين.

وهناك أناس لا يكترثون للقوانين فتأتي العقوبة المقررة لكل من يخترق القوانين وقد يفلت البعض من العقوبة وهناك ضوابط مجتمعية تعتبر قواعد لهذا المجتمع.

وقد تحكمنا العادات والتقاليد ونعتبرها قاعدة لا نستطيع خرقها، ولكن القانون الذي فوق المجتمع ولن يستطيع أحد أن يفلت منه هو القانون الرباني.

ولكل مجتمع قوانين وقواعد يعيش وفقاً لها

مثال: دية الذنب

قيـل لـي: قـد أسـا عليـك فـلان ومقـام الفتـى علـى الـذل عـار
قلـت: قـد جـاءني واحـدث غـدراً ديـة الـذنب عنـدنا الاعتـذار

مثال: راضٍ بما حكم الدهر

ومـا كنـت أرضـى مـن زمـاني بمـا تـرى ولكنـي راضٍ بمـا حكـم الـدهر
فـإن كانـت الأيـام خانـت عهودنـا فـإني بهـا راضٍ ولكنهـا قهـر

١٨-اسم المهارة: المعايير المزدوجة:

شرح المهارة:-

هي إحدى قوانين المجتمع، التي من الممكن أن تطبق على فئة من الناس دون أخرى وفي المعايير المزدوجة كل يحكم على الأمر من وجهة نظره واعتبار المفيد له، او قد تكون وجهات نظر متضاربة حول موضوع ما، أن تنظر من زاويتك إلى الأمر وآخر ينظر من زاويته

مثال :الواسطة :

الواسطة في نظر أحد الأشخاص – محسوبية وأمر غير مشروع وتتنافى مع الأخلاق والمبادئ.
ولكن شخص آخر ينظر إلى الواسطة، وساطة لشخص محروم من الحصول على حقه في الوظيفة أو في المقعد الجامعي. بسبب كثرة الواسطة في البلد ، لذلك تعتبر مساعدة محتاج عن طريق الواسطة أمر مشروع.
التاريخ مملوء بالأحداث التي تعتبر عن المعاير المزدوجة مثال قديم عامي " إللي ما معهوش ما يلزمهوش"
تفسير المثال: الشخص الذي لا يوجد معه فلوس لا يحق له أن يشتري شيء
قد يراه البعض في تفسير آخر على قد لحافك مد رجليك
وهذا أمر منطقي
وقد يراه شخص آخر أنه مثال شديد القسوة واللهجة من حيث الحق في الحياة الكريمة – الهواء النظيف اللقمة الهنية مساعدة محتاج.
الرشوة: قد يراها البعض مساعدة في حل مشكلة عالقة أي تسهيل معاملات، البعض –يراها– أمر غير مشروع.

مثال : زيادة ونقصان:

قيل أن أحد علماء السلاطين يطلقون عليه لقب "فقيه" وكانت له قطعة أرض بجانب أحد الفلاحين فكان الفقيه يضم كل سنة قطعة من أرض الفلاح إلى أرضه

فقال له الفلاح يوماً: ما هذا الفقدان في أرضنا يا شيخ؟

قال الفقيه: أما سمعت قول الله تعالى" أولم يروا أنا نأتي الأرض ننقصها في أطرافها"

فقال الفلاح: فما هذه الزيادة في أرضك؟

قال الفقيه: ذلك فضل الله يؤتيه من يشاء

قال الفلاح: فمن أين أوتيت الفضل؟ وأوتيت أنا النقص في أرضي

قال الفقيه: " يا أيها الذين أمنوا لا تسألوا عن شيء إن تبدلكم تسؤكم.

١٩-اسم المهارة: الحد الفاصل

شرح المهارة: هل الشيء المقبول بالنسبة لك دائماً صحيح فمن الممكن أن تقبل شيئاً ويكون غير صحيح لذلك الحد الفاصل هو الحد بين الصحيح والخطأ لا مفر من ذلك.

مثال١:

أتي المنصور بسارق فأمر بقطع يده فأنشأ الرجل يقول: يدي يا أمير المؤمنين أعيذها بحقوقك من عار عليها يشينيها – فقال المنصور- اقطع يا غلام هذا حد من حدود الله وحق من حقوق لا سبيل إلى تعطيله، فقال: يدي اتعب واشقي بها لأحضر الطعام لأبنائي قال المنصور: اقطع يا غلام هذا حد من حدود الله

مثال:

يا شاهد الله علي فاشهد أني على دين النبي أحمد

من شك في الدين فإني مهتد يا رب فاجعل في الجنان موردي

لا يوجد شك في الدين – فإنا على دين محمد صلى الله عليه وسلم

مثال٢ :الأوزاعي الفقيه

وكان الأوزاعي شخصية قوية مع صلاح وتقوى وتمسك بالحق أمام الخلفاء والأمراء ومما يروى عنه أن عبد الله بن علي بن العباس عم السفاح طلبه يوماً فقال هل: يا أوزاعي ما ترى فيما صنعنا في إزالة أولئك الظلمة عن البلاد والعباد أجهاد وهو؟ قال الأوزاعي: قال رسول

الله صلى الله عليه وسلم إنما الأعمال بالنيات وإنما لكل امرئ ما نوى، فلم يعجب عبد الله هذا الكلام، ثم قال يا أوزاعي ماذا تقول في دماء بني أمية، فقال: قال رسول الله صلى الله علي وسلم لا يحل دم امرئ مسلم إلا بإحدى ثلاث: النفس بالنفس والثيب الزاني والتارك لدينه المقارن للجماعة ، فأخذ عبد الله ينكث الأرض بخيزرانه كانت بيده ثم قال: يا أوزاعي ما تقول في أمواله؟ فقال: أن كانت في أيديهم حراماً فهي حرام عليك أيضا فسكت عبد الله بن علي ونهض الأوزاعي وانصرف.

نلاحظ هنا استخدام الأوزاعي للحد الفاصل بين الأمور فالحرام بين والحلال بين وهنالك حد فاصل بينهما.

-الإقناع بلغة التكرار:

وهو تكرار الكلام أو تكرار الفعل وذلك: لإقناع المستمعين بما تريد..." وقد تستخدم لغة التكرار بشكل إيجابي أو بشكل سلبي، أي أن تقنع المستمع بأن فلان شخص مرغوب به أو غير مرغوب به وبأن المنتج الفلاني مرغوب به أو غير مرغوب به.

مثال:

قال رسول الله : من أحق الناس بحسن صاحبتي قال أمك... قال ثم من قال أمك... قال ثم من قال أمك... قال ثم من قال: أبوك.

١. قال الشافعي في الطمع

العبد حر إن قنع والحر عبد إن طمع

فاقنع ولا تطمع فلا شيء يشين سوى الطمع

٢. قال الشافعي

إن الفقيه هو الفقيه بفعله ليس الفقيه بنطقه ومقاله

وكذا الرئيس هو الرئيس بخلقه ليس الرئيس بقومه ورجاله

وكذا الغني هو الغني بماله ليس الغني بملكه وبماله

٣.

مع العلم فأسلك حيثما سلك العلم وعنه فسأل كل من عنده فهم

فأني رأيت الجهل يزري بأهله وذو العلم في الأقوام يرده العلم

فوالله لولا العلم ما فصح الهدى ولا لاح من غيب السماء لنا رسم

فلـــولا العلـــم مـــا ســـعدت رجـــال   ولا عـــــرف الحـــــلال إلا الحــــرام

تطبيقات على مهارات الإقناع

فيما يلي أمثلة واقعية استخدمت من قبل أجدادنا العلماء العظام للدفاع والمنافحة عن العقيدة السليمة أمام جميع طوائف الكفر من يهود ونصارى ومجوس، ومطلوب منك عزيزي المتدرب أن تقرأ النص وتعرف ما هي المهارات التي استخدمها المحاور لإثبات وجهة نظره.

نشاط١:

اقرأ النص الآتي حول مناظرة الإمام الباقلاني مع النصارى واستخرج أهم مهارات الإقناع التي استخدمها المحاور

مناظرة الإمام الباقلاني مع النصارى :

من المشهورين بالمناظرات مع النصارى الإمام الباقلاني، وهو من أذكياء المسلمين وعلمائهم، وكان الخليفة قد أرسله إلى النصارى لمناقشتهم، فجاءوا له بالبابا فاحتفى الباقلاني به واحتفل، ورحب وسأله أحسن سؤال وقال له: كيف الأهل والولد –طبعاً الراهب عندهم لا يمكن أن يتزوج، ولذلك هذا البابا ما عنده زوجة و لا أولاد، وفي الفاتيكان رهبانهم لا يتزوجون لأنهم يعتقدون حرمة ذلك ولهذا فعندما سأله :"كيف أهلك وأولادك؟ "عظم عليه وعلى الحاضرين من النصارى جداً، وتغيروا وقطبت وجوههم وقالوا: "كيف تسأل عن أهله وأولاده؟ "فقال: وما تنكرون؟ قالوا: إنا ننزه هذا عن الصاحبة والولد، قال :يا هؤلاء! تستعظمون لهذا الإنسان اتخاذ الصاحبة والولد ، ولا تستعظمون لربكم عز وجل أن تضيفوا له هذه السوءة وهذا الكلام؟ ، فسقط في أيديهم، وبهتوا ، وانكسروا ، ولم يثيروا جواباً، أي: لم يرجعوا بجواب.

١ –**قوة التأثير** : لأن رفض وتضايق النصارى من اتهام البابا وهو من هو بمركزه الديني وقدسيته عندهم من اتهامه بوجود الزوجة والولد، ثم ربط هذا الأمر مع عقيدتهم التي تجعل لله سبحانه وتعالى زوجة وولد ،وعدم قدرتهم عن الدفاع عن هذا التناقض

٢–.....

٣–.....

نشاط٢:

اقرأ النص الآتي واستخرج أهم مهارات الإقناع التي استخدمها المحاور

يروى أن يهودياً قال لـ علي رضي الله عنه: ما نفضتم أيديكم من تراب نبيكم حتى قلتم: منا أمير ومنكم أمير، فقال علي رضي الله عنه: وأنتم ما جفت أقدامكم من ماء البحر الذي جمده الله لموسى حتى قلتم: اجعل لنا إلهاً كما لهم آلهة: من الأسوأ الأعظم؟

نشاط٣:

اقرأ النص الآتي واستخرج أهم مهارات الإقناع التي استخدمها المحاور

سأل نصراني الإمام الباقلاني فقال: ما فعلت زوجة نبيكم وما كان من أمر الإفك هذا؟ فيريد أن يطعن في عائشة رضي الله عنها.

فقال الباقلاني على البديهة مجيباً: هما امرأتان ذكرتا بسوء – مريم و عائشة – فبرأهما الله عز وجل، وكانت عائشة ذات زوجٍ ولم تأت بولد، و مريم أتت بولد ولم يكن لها زوج، فبهت النصراني.

نشاط٤:

اقرأ النص الآتي واستخرج أهم مهارات الإقناع التي استخدمها المحاور

جاء أحد القساوسة ذات مرة إلى الشيخ عبد المجيد الزنداني طالبا منه مناظرة علنية أمام مجموعة من الطلاب، واشترط القسيس أن يثبت له أن الأناجيل الموجودة حاليا بين أيدي النصارى ليست من عند الله، فطلب منه نسخا من الأناجيل ، فأراها القسيس له، فقال له الزنداني" :إنها ليست من عند الله، وان اسم مؤلفها على غلافها متى ومرقص ويوحنا ولوقا"، فوجم القسيس.

ثم قال الزنداني للقسيس" :إن بعض الناس أخبرني أن رئيس الملائكة قد مات".

فقال له القسيس:"إن ذلك كذب، لأن الملائكة خالدون لا يموتون ...

فقال له الزنداني :وكيف؟ وأنت تقول الآن: إن الإله قد مات على خشبة الصلب، فكيف يموت الإله وتخلد الملائكة، فبهت القسيس ولم ينطق...

تقنيات ومهارات في موضوع... جمع التبرعات:



عوامل مؤثرة في الدافعية للتبرع:

لا تطلب من الجهات المانحة مساعدة من أجل حل مشاكل ضخمة؛ ولكن قدمهم لهم مشاكل صغيرة قابلة للحل.

١- تحدث عن الشخص أو الجهة المانحة ثم عن مؤسستك ولا تتحدث كثيرا عن نفسك، قدّم أدلة على إنجازات مؤسستك وأن الأموال التي تجبى تستخدم بالطريقة الصحيحة .

٢- عند الحديث مع الآخرين لطلب التبرع تحدث معهم بلغتهم ولا تقيّدهم بالتعليمات الخاصة بمؤسستك.

٣- تكلم بشكل مثير للغاية، بشكل ينبض بالعاطفة والقوة، وليس بلهجة الضعيف المستجدي.

٤- الأشخاص الذين لديهم رغبة في العطاء يشعرهم العطاء بالمتعة والراحة، ولا يّحبّون إظهار المنّ على من يأخذ، ولهذا أظهر لهم مدى فائدة هذا التبرّع ولكن بعزّة، فأنت أيضا تتبرع بشيء أفضل من تبرعك وهو وقتك وجهدك وربما بعضا من مالك.

٥-إذا كنت تريد تبرعا من أحد، ابحث عن قيمه واتجاهاته وما يكافح من أجله، تلمس مشاعره، وعند ذلك تحصل على ما تريد منه، أي لا تخاطب كل الناس بلهجة واحدة.

٦-رسالتك للناس سواء مشافهة أو بطريقة الكترونية يجب أن تكون قصيرة ومعبّرة وتخلو من الحشو.

٧-لا تحشر المتبرع المتوقع في زاوية ضيقة وتحصر الخيارات أمامه، قدم له عدة بدائل ليختار ما يناسبه حسب قناعاته وإمكانياته.

٨–لا تنسى أن تشكر المتبرع، ولكن الأهم كيفية التأثير عليه ليكون عضوا دائما أو صديقا دائما للمؤسسة..

٩– لا تضع نفسك في مكان شبهة، وحافظ على الشفافية.

١٠–الخبرة الشخصية، مشاركات سابقة ، لقاءات شخصية كلها عوامل إيجابية تؤثر في اتخاذ القرار للتبرع، ولهذا إن أردت الحصول على تبرع من شخص ما –وخاصة إن كنت تتوقع مبلغا كبيرا – فعليك جمع بعض المعلومات عنه والبحث عن مشاركات سابقة له في هذا المجال، وتذكيره بها مع الشكر له على جهوده السابقة، فهذا سيشجّعه على التبرع.

١١–الشعور بتحقيق إنجاز، عندما يشعر الإنسان أن عنده إلتزام بمجتمعه وبلده وأمته فإنه يسارع إلى التبرع.

١٢- الدعوة إلى التبرع باستخدام الروابط، مثلا: المحلّية (الحّي أو المدينة ..نحن أبناء حّي واحد) أو المدينة أو البلد أو رابطة الدم أو العقيدة ، ابحث عن رابط يجمع بينك وبينه، مثلا: نحن الاثنين عملنا في وزارة التربية.. الجيش، نحن جئنا من مدينة ...، وحتى نحن أبناء جيل واحد نحن مواليد الخمسينيات...

١٣–ابحث عن الصفات التي يحب هذا المتبرع أن يظهرها للناس، وماذا يحب أن يعرف الناس عنه وتكلمّ عنها، عندها ستشجّعه على التبرع.

١٤–حافظ على البساطة، ليكن طلبك محددا، ولا تتحدث عن تفاصيل كثيرة لأن هذا يحدث بلبلة وقد ينسحب دون أن يتبرع.

استخدام الاتصال الهاتفي لمتابعة عملية جمع التبرعات:

قد تزور جهة ما أو تتواصل معها بطريقة أو أخرى وتطلب منك أن تمنحها بعض الوقت لتقدم لك المال المطلوب، وقد تتأخر استجابة هذه الجهة فماذا تفعل؟

أحد الحلول المقترحة هي الاتصال الهاتفي، وفيما يلي بعض الاقتراحات لإجراء مكالمة هاتفية ناجحة:



١–ابحث عن بقعة هادئة لإجراء المكالمات الخاصة بك .
ليس هناك شيء أكثر تشتيتا لك وللمتبرع من الضوضاء في الخلفية بصوت عال خلال محادثة هاتفية، وإذا لزم الأمر ابلغ الموجودين حولك من الزملاء أو أفراد الأسرة أن يبقوا هادئين أثناء إجراء المكالمات ؛

٢–قبل أن تتصل راجع معلوماتك حول هذا المتبرع المتوقع، واطلع على أي وثائق متوفرة لديك حول الموضوع.

٣-جهّز مكان جلوسك قبل الاتصال وكذلك ضع أمامك كل الأوراق الخاصة بهذا الموضوع وكذلك ورقة بيضاء وقلم لتسجيل النقاط المهمة، وقد يقترح عليك الاتصال بجهة ما ويعطيك هاتفها أو بريدها الإلكتروني ولهذا لا تضطره للانتظار.

٤- اضبط نغمة صوتك وكأنك تتحدث إلى صديق ، بحيث لا تظهر وكأنك في عمل رسمي

٥-لا يجوز مضغ العلكة أو تناول الطعام أثناء الحديث إلى المانحين لأن ذلك يعطيك مظهرا غير احترافي.

البنية الأساسية للمكالمة الهاتفية المتابعة:

- عرّف بنفسك
- أسأل الطرف الآخر فيما إذا كان هذا هو الوقت المناسب للمكالمة.
- أشرح سبب مكالمتك، ذكّرهم بتواصلك السابق معهم، وتأكد من وصول رسائل سبق أن أرسلتها إليهم.

-إذا كان هذا الشخص قد تلقى رسالتكم، اخبره باستعدادك للرد على أية أسئلة قد تكون لديهم.

-إذا لم تصلهم رسالتك أو لا يتذكرون تواصلك السابق معهم، ابدأ من البداية واعرض عليه موضوع التبرع.

-ليكن صوتك متحمسا ومتفائلا ، وينقل ابتسامة دافئة.

- كن مهذبا ومهنيا حتى عندما تواجه بالرفض من المتبرع.
- أسأل ما إذا كان هذا الشخص على استعداد لدعمكم
- إذا تطلب الأمر عقد اجتماع ، وترتيب موعد حدد وقت اللقاء ومدته، لأن عليك أن تراعي المطالب التي يواجهها الوقت متبرع خاص مثل: رئيس بلدية أو أحد كبار رجال الأعمال ووقتهم الضيق.
- دعوة المانحين المحتملين إلى أي عروض تخطط لتقديمها

-تقديم الشكر باختصار وعدم إطالة وقته وإتمام المكالمة.

تقديم عرض جماعي :



القيام بعرض تقديمي باحترافية عالية لمجموعة من الحضور طريقة رائعة لزيادة الجهود في جمع الأموال لمؤسستك، حيث تخاطب عدد كبير من الأفراد أو ممثلين لمؤسسات في وقت واحد، ويمكن إجراء عرض تقديمي لمجموعة محلّية من الناس العاديين أو الذين يمثّلون مؤسسات محلّية مختلفة، وفيما يلي عدد من المبادئ المهمة لتقديم عرض تقديمي ناجح:

أولا: قبل العرض

قبل العرض:

– البحث عن مكان وجهة على استعداد لاستضافة العرض التقديمي، مثلا: في جمعية محلّية، في مسجد، مدرسة، نادي ...

– إنشاء ملصق أو توزيع النشرات للتعريف العرض التقديمي ، وإرسال الدعوات ووضع رقم هاتف للرد على الاستفسارات، أو أي طريقة تواصل حديثة مثل: الواتساب أو الفيسبوك.

– التمرّن على طريقة التقديم واللهجة الودّية الحماسية التي ستخاطبهم بها.

– إعداد الوسائل البصرية التي تحتاج لعرضها، مثل: صور ولقطات فيديو عن المؤسسة وإنجازاتها.،

–ارتداء اللباس بشكل مناسب يدل على المهنية .

– الوصول إلى مكان قبل ساعة واحدة على الأقل قبل العرض التقديمي للتأكد من توفر الأجهزة والمعدات وصلاحيتها للعمل.

– إعداد سجل لكتابة أسماء الحضور وأي معلومات عنهم مثل:أماكن عملهم، وأرقام هواتفهم.

-إعداد الطرق المناسبة لاستلام التبرعات مثل المغلفات الورقية، حيث يضع المتبرع مبلغا في المغلف ويغلقه، ولإعطاء المتبرعين الأمان حول وصول هذه الأموال إلى المؤسسة يمكن اتخاذ تدابير مختلفة مثل:

*إحضار سجل وصولات رسمي يتم في نهاية العرض فتح المغلفات أمام الحضور أو مجموعة منهم وعد المبلغ وتسجيله في السجل، وإعطاء نسخة من ورقة التسجيل إلى إحدى الجهات المشاركة ، مثلا: إذا كان اللقاء في نادي، تعطى الورقة لرئيس النادي.

*-تكون المغلفات مرقمة تسلسليا، ومحدد عددها من قبل المؤسسة ، وموقع أو مختوم عليها بختم المؤسسة، يأخذ المتبرع غلافا ويضع المبلغ الذي يريد ويلصقه جيدا ويمكن أن يوقع عليه.

- إعداد الغرفة وترتيب أماكن كافية للجلوس، والتأكد من الإنارة وإذا كان هنالك حاجة للتكييف، وهل تتوفر الإمكانيات لذلك.
- توفير الضيافة مثل: مرطبات، حلويات.

ثانيا: خلال العرض

- أشكر الجمهور على حضورهم وأشكر المضيفين.
- تقديم نسخ من الأوراق أو المنشورات التي لديك على الحضور
- تأكد من أن تتكلم بصوت عال بما فيه الكفاية بحيث يستطيع جميع الحضور سماعك
- عرض أي معينات بصرية حضرّتها لهذا العرض.
- تأكد من أن العرض التقديمي لا يزيد عن ١٥ دقيقة.
- أسأل ما إذا كان هناك أي أسئلة لدى الحضور
- وجّه الناس إلى طريقة التبرع التي تستخدمها، سواء مغلفات أو صندوق أو تحويل مالي للمؤسسة أو توقيع أوراق.
- شجّع الحضور على ترك معلومات الاتصال بهم حتى تمكنوا من متابعتهم.
- شكرا ضيوفك لحضورهم.

ثالثا: بعد العرض

- التواصل مع الجميع، وخاصة الذين وعدوا بالتبرع لاحقا، وإرسال رسائل شكر للجميع.
- التفكير في أي تحسينات التي يمكن تجرى على أي العرض التقديمي إذا احتجت لإعادة تقديمه لجماعة أخرى.

اللقاءات الفردية:

في كثير من الأحيان يطلب منك بعض المانحين المحتملين اجتماعا فرديا معكم لمناقشة طلبك للحصول على الأموال، .والاجتماع فرصة مهمة للحصول على الاهتمام الكامل بحيث تعرض ما تريده للشخص المناسب دون أي معيقات، وفيما يلي بعض الأشياء في الاعتبار قبل التخطيط لجهودكم في الاجتماعات الفردية مع الجهات المانحة:

أولا: قبل الاجتماع

عليك تجهيز أمورك قبل الاجتماع تقريبا كما ذكرنا في العروض الجماعية، حيث تجهّز أوراقك ، وتحضّر نفسك ذهنيا لهذا الأمر، وتصل قبل الموعد بعشرة دقائق على الأقل، وترتدي لباسا مناسبا يوحي بالجدية والمهنية.

ثانيا: خلال الاجتماع

أعرض نفسك على الجهة المانحة

- ارسم على محيّاك ابتسامة إيجابية، ومظهر يوحي بالثقة والحماس.
- تكلّم بأسلوب ودّي وليس رسمي.
- قدّم كل الوثائق الداعمة، مثل النشرات الإعلامية والخطابات المرجعية
- عرض الاستعداد للإجابة على أي أسئلة
- الحفاظ على العرض التقديمي ضمن الوقت المخصص دون إطالة.
- اذكر الهدف المالي الخاص بك، وأطلب المبلغ المحدد
- اسألهم إذا كانوا مهتمين في دعم مؤسستك.
- اتخذ الترتيبات اللازمة للحصول على الأموال

-تقديم الشكر على كرمهم بلقائك أولا وكرمهم بالتبرع –هذا إن تبرعوا أو وعدوا بالتبرع.

- اترك مواد إعلامية مع الشخص لاستعراضها.

اسألهم عن الطرق التي يفضّلونها للتواصل حتى لا تزعجهم وأنت لا تشعر.

ثالثا: بعد الاجتماع

- إجراء مكالمات للمتابعة أو تعيين اجتماعات إضافية إذا لزم الأمر.
- التفكير في الاجتماع وأي التحسينات يمكن الاستفادة منها في الاجتماعات المقبلة.

كيفية التعامل مع الرفض:

التعامل مع الرفض يمكن القول بأنه الجانب الأكثر تحديا في موضوع جمع الأموال، وفيما يلي بعض نصائح القيمة حول كيفية التعامل مع الرفض والحفاظ على موقف إيجابي:

١-لا تعتبر الأمر شخصيا: رفض طلبك للتمويل ليس رفضا لك كفرد أو لقدراتك، قد توجد أسباب كثيرة وراء ذلك مثل:

عدم وجود مال فائض للتبرع به، أو سبقك أحدهم لهذا الأمر، أو أن هذا الشخص أو المؤسسة ملتزم مع جهة أخرى، وقد تكون قوانين المؤسسة التي تريد أن تحصل منها على تبرعات لا تسمح بذلك أو أن مؤسستك لا تحقق الشروط التي تتطلبها، وعلى كل حال لا تسمح للرفض بتقويض ثقتك بنفسك وعزمك على تحقيق هدفك.

٢- الرفض أمر طبيعي، فلا تنسى أن الرفض جزء من حياتنا، حيث نواجه الرفض في كل نواحي حياتنا سواء في البيت أو العمل أو بين الأصدقاء، ومن خلال مواجهة الرفض يمكننا تطوير مهارات قيّمة من شأنها أن تفيدنا على مستوى الحياة الشخصية والمهنية طوال الحياة.

٣- لا تقطع جميع وسائل الاتصال مهما حدث: قد تحدث خلافات بينك وبين جهات حاولت جمع تبرعات منها لسبب أو لآخر، وقد يتسبب هذا الأمر بتصرف غير محسوب النتائج من طرفك فتقوم بقطع الاتصالات معهم، وهذا قد يتسبب بخسائر كبيرة لك، ويحرمك من جهة مهمة كنت تتعامل معها، ولهذا أنصحك بعدم التسرع وقطع العلاقات ،والقيام بتصرف يصعب تصحيحه وفتق يستحيل رتقه،فهذا لن يحقق لك شيئا.

والأصح أن تتعامل مع هذه الأزمة بذكاء ،بحيث تعرض وجهة نظرك على الجهة الأخرى ،وقد تقوم ببعض المناورات معهم وبأسلوب مرن، بحيث تضع الطرف الآخر بين خيارين، إما أن يخسروا بعض المصالح أو يحلّوا مشكلتهم معكم، وامنحهم وقت كاف للتصرف، فربما كان تصرفهم هذا بسبب مشاكل تواجههم ، ولهذا أعطهم فرصة.

٤-تعلّم من أخطائك: بدلا من الغضب من جهة رفضت التبرع، أو التعاون أطلب منهم تقديم اقتراحات أو نصائح حول كيف يمكنك تحسين فرصك في الحصول على تمويل منهم أو من جهات مرتبطة بهم، ولو استطعت تقديم نفسك بشكل صحيح قد يكونوا على استعداد لعمل

تواصل بينك وبين جهات أخرى، تقبل انتقاداتهم بصدر رحب واستخدمه في التفكير في كيف يمكن أن تعزز استراتيجيات في جمع الأموال.

نصائح عامة للعاملين في جمع التبرعات:

١-حافظ على حس الدعابة -ولكن دون ابتذال: يستجيب الناس بشكل جيد للشخص المرح خفيف الظل ولا تحب ثقيل الظل، ولهذا تحلّى بروح الدعابة مهما صعبت الأمور.

٢-تحكّم بمزاجك: يتغير مزاج الإنسان بسبب ظروف مختلفة قد تكون صحية أو اقتصادية أو عاطفية، وعندما تتعامل مع الناس الذي تأمل أن تحصل منهم على المال لا تجعل مزاجك يتحكم بك، لا تتعامل بنزق مع الناس ولا ترفع صوتك عليهم ولا تحمّلهم مشاكلك وهمومك، ربما تسبب أنت وما تطلبه منهم مشكلة لهم، فلا تضيف مشاكلك فترهقه.

٣-لا تطيل في الحديث الماضي: التركيز على إخفاقات الماضي لا يزيد الإنتاجية ويقوض ثقتك بنفسك، تعلّم من أخطائك دون أن تعرضها أمام الآخرين ثم انتقل إلى المهمة التالية على الطريق نحو تحقيق هدفك.

٤- سياسة الإغراق:

أنا هنا لا أقصد تلك السياسات القذرة التي تطبقها الاحتكارات الرأسمالية كوسيلة لتحطيم المنافسين في السوق وإخراجهم منها، وإنما أقصد طريقة تقدم فيها جميع أو معظم البدائل المطروحة للجهة التي تريد أن تتعامل معها بحيث تضمن أن تكون طلبات هذه الجهة متوفرة ضمن ما تقدمه،فلا تترك لهم سبيل لعدم التعامل معك، مثال:

عندما تدخل أحد المحلات التجارية الكبيرة(المولات) ،وتذهب إلى أي جناح ،تجد أنه يتوفر من كل نوع من البضائع أصناف متعددة ،.

٥-عندما يكون أمامك عدة أعمال حاول أن تبدأ بالعمل الأصعب،وهذه سياسة أنتهجها دائما في حياتي،وأجدها مفيدة جدا لعدة أسباب:

- في البداية تكون نشيطا وأقدر على تحمل المصاعب، ومع الزمن وخاصة إذا كان العمل يستمر لمدة طويلة قد تمل وتتعب.
- عندما تبدأ بالعمل الصعب وتنهيه بإذن الله تقوى روحك المعنوية وتزداد نشاطا فتجد أن الأعمال المتبقية تصبح أسهل.

٦-توزيع الوقت والعمل المتوازي:

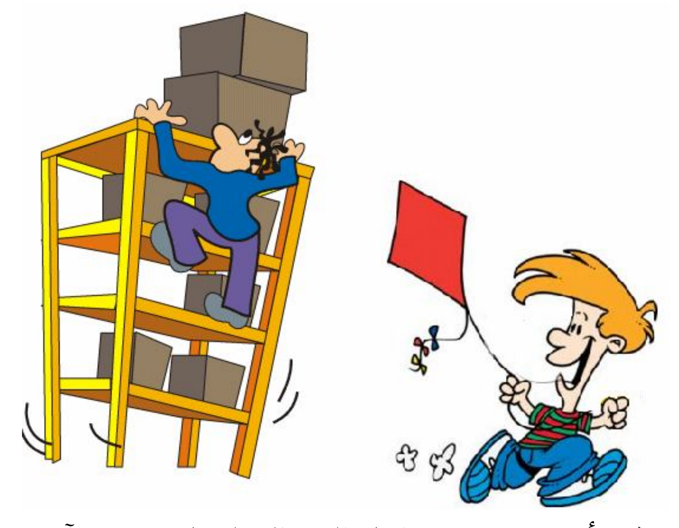
وقت الإنسان هو عمره وحياته،وأهم ما لديه ،ولهذا يجب استغلال وقته أفضل استغلال،بحيث يوزع وقته حسب برنامج بذكاء.

فمثلا بعض الناس ينوي أن يقوم بعمل ما ،فإذا انشغل بعمل آخر يقوم بإيقاف أو"تجميد" هذا العمل حتى ينتهي من العمل الآخر،مع أن ذلك العمل يتم في وقت مختلف ولا يؤثر بتاتا على هذا العمل.

من أجل استغلال الوقت أفضل استغلال يجب أن نعمل بشكل متوازي، أي نقوم بعدة أعمال خلال فترة زمنية واحدة ، بحيث ننجز الكثير من العمل في وقت قصير ، وبدل أن تقوم بعمل واحد طيلة الوقت ، وإذا وجد أي عائق تتوقف حتى ينتهي هذا العائق.



٧-اجعل الآخرين يساعدونك أو يقومون بالعمل.. بدلا عنك...وبرضاهم



الشخص الذكي يستطيع أن يستفيد من تداخل المصالح لجعل شخص آخر يقوم عنه بالعمل الذي يريد عمله دون أن يطلب منه ذلك،بل يكون مسرورا بهذا العمل!

طبعا أنا ضد استغلال الآخرين، ولكن يمكن التعاون مع الآخرين خاصة إن وجدت مصالح مشتركة بينك وبين ذلك الشخص الذي ربما يكون أقدر منك على إنجاز هذا العمل.

مثال ١:

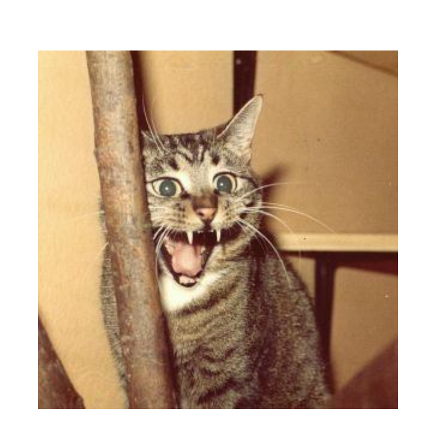
لما أسلم عمر بن الخطاب ﷺ.. أراد أن ينتشر الخبر.. فأقبل إلى رجل منهم.. وهو أعظمهم نشراً للإشاعة.. فقال: يا فلان.. إني محدثك بسرٍّ.. فاكتم عني..!

قال: ما سرك؟

قال: إني قد أسلمت.. فانتبه.. لا تخبر أحداً..

ثم تولى عنه عمر.. فما كاد يغيب عنه.. حتى جعل الرجل يطوف بالناس ويقول لكل واحد منهم: أعلمت أن عمر صبئ (أي أسلم)..!! أعلمت أن عمر صبئ..!!

٨-لا تحجز القط في الزاوية



إذا حدث خلاف بينك وبين شخص آخر،إياك أن تضعه في موقف يجعله شرسا، ومثال على ذلك عندما تحجز قط صغير مسالم في زاوية وتهاجمه سيصير القط شرسا وخطيرا، والأصح أن تترك له طريقا مفتوحة ليبتعد، مثلا: قد يرتكب بعض العاملين خطأ أو يتسبب بإهمال، وهنا عليك تصحي

٩- لا تلتزم بمواعيد نهائية "Dead end" قدر استطاعتك.



عندما تقوم بعمل مع جهة معينة قد تطلب منك موعدا نهائيا لتسيلم العمل،وأحيانا قد تؤثر في العمل عوامل ليس في استطاعتك السيطرة عليها،مثل حالة الجو للأعمال التي تجرى في الخارج عادة،وهنا عليك أن تحاول جهدك أن لا تلتزم بموعد نهائي،يمكنك تقدير الموعد النهائي والوعد بالإنجاز ضمنه إن لم تحدث أشياء مفاجئة ،أما أن تلتزم وأحيانا تتحمل غرامات لكل يوم تأخير فهذا أمر مقلق.

١٠ - تخلّص من خصمك وأنت تبتسم له

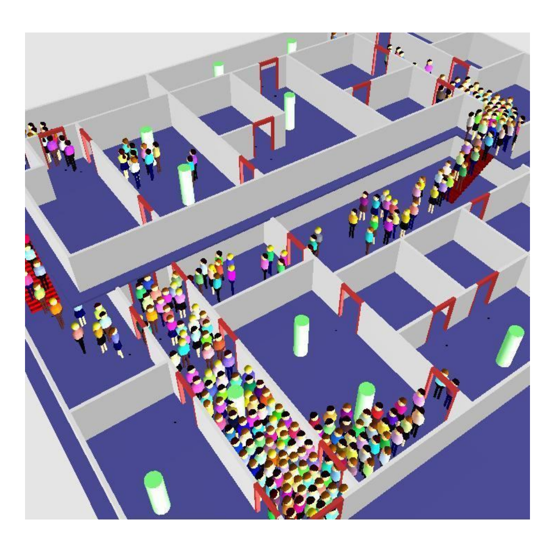


جمع التبرعات يجبرك على التعامل مع كثير من الناس، وربما ستواجه بعض الناس ممن تصطدم مصالحه مع عملك (ربما جمعيات أخرى تجمع التبرعات)، وكثيرا ما حدثت مشاكل بين جامعي تبرعات في المساجد بشكل مخزي يجعل الناس يتخذون موقفا من الجهتين.

ولهذا إن حدث خلال بينك وبين شخص آخر ،وخاصة إذا

كان ضمن مجتمعك ويصعب الابتعاد عنه،فحاول أن تحصل على حقك ،وإضعاف خصمك دون أن يظهر منك سواء له أو للآخرين أي مظهر عدواني، يمكنك بكل الطرق المشروعة أن تسترجع حقك ولكن إياك والخصام واللجاجة ورفع الصوت والتهديد، وتعلم من الرياضيين، حيث تشاهد اللاعب وبعد أن يغلب خصمه، ويتفوق عليه يودعه مصافحة ويبتسم له، علما أنه من لحظات قد غلبه وحرق قلبه، وإذا كانت اللعبة مصارعة أو ملاكمة قد يكون الخصم قد تكسرت أضلاعه ولكن تنتهي المباراة بابتسامة.

١١–طريق النجاح قد يمر عبر الفجوات والممرات التي لا يلتفت إليها الآخرون،ومن خلال التفاصيل المهملة أو المنسية.



المشكلة في شعبنا أن الكثير من أفراده مقلدون فقط ،إذا عمل أحدهم شيئا ونجح تجد الكثير من الناس يقلده،فيفشلوا وقد يتسببوا في فشله هو أيضا،فمثلا إذا فتح أحدهم مطعم في شارع ما ونجح خلال أيام يفتح العديد من المطاعم المشابهة.

وبالنسبة لجمع التبرعات، ابحث عن طرق جديدة لم يسبقك أحد إليها، ابحث في الإنترنت وخاصة بالمواقع الأجنبية ستجد الكثير من الطرق غير المعروفة، ويمكن أن تسأل بعض معارفك من المحنّكين أصحاب الخبرة.

١٢–افتح القمقم لإخراج المارد في الوقت المناسب



لا تظهر كل أسلحتك أمام الآخرين وخاصة خصومك، حاول إخفاء بعض "الأسلحة"، وخاصة السلاح الذي ليس بمقدور خصمك مواجهته، أخفيه حتى اللحظة المناسبة.

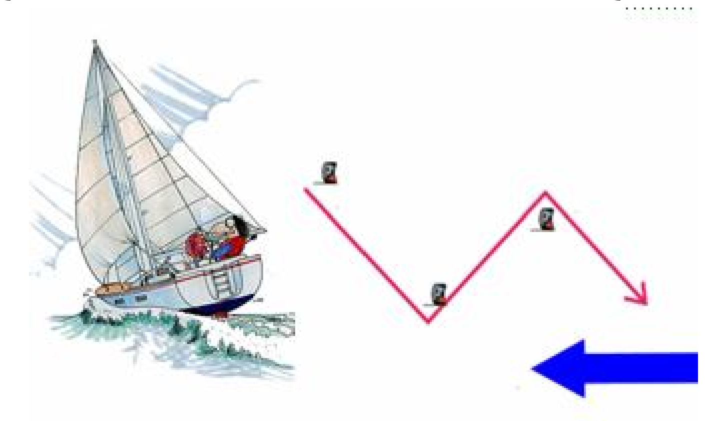
السلاح قد يكون وثيقة، معلومة، سرّ معين، طريقة جديدة ،وغير ذلك، المهم أنه شيء يساعدك في التغلب على خصمك.

١٣-البحار الذكي يسير يستفيد من الريح للسير باتجاه معاكس:

السفن الشراعية تسير بدفع الرياح،وإذا وقفت الريح توقفت السفينة في عرض البحر،أما إن هبت الريح ولو باتجاه معاكس لاتجاه حركة البحار،فإذا كان البحار ماهرا فإنه يستطيع الاستفادة من هذه الريح ليتحرك باتجاه معاكس لها.

وأنت كن مثل البحار الماهر، إذا كانت الريح مواتية لك انطلقت وعملت ونجحت،وإن تغير اتجاه الريح لا تتوقف وتندم حظك،بل تغير أسلوب عملك ليتناسب مع الوضع الجديد وتنطلق بكل ثقة.

ويمكن تسمية هذا الوضع بالمرونة، يجب أن تكون مرنا، تتكّيف حسب الوضع الجديد.



١٤-رأي الأغلبية نادرا ما يكون الرأي الصحيح

إذا كنت واثقا من نفسك، مقتنع بعملك، وبأنك تقوم بعمل صحيح، ومفيد،ولا ترتكب بهذا العمل معصية أو جريمة،فلا تلقي بالا للآخرين،فالكثير من الناس همج رعاع يتبعون كل ناعق،ولا تنسى قوله تعالى: {وَإِن تُطِعْ أَكْثَرَ مَن فِي الأَرْضِ يُضِلُّوكَ عَن سَبِيلِ اللّهِ إِن يَتَّبِعُونَ إِلاَّ الظَّنَّ وَإِنْ هُمْ إِلاَّ يَخْرُصُونَ} (١١٦) سورة الأنعام

ولهذا ُقم بعملك وأنت واثق مطمئن،وتجاهل هؤلاء الرعاع أعداء النجاح.

طبعا من يعمل في جمع الأموال سيتعرض لكثير من الغمز واللمز من الكسالى والفاشلين، وسيتهم أنه يعمل لنفسه، وربما معهم بعض الحق، فالفساد انتشر كثيرا هذه الأيام، ولهذا يجب أن تحافظ على الشفافية وتبتعد عن كل شبهة.



١٥- احرص على نجاح النظرة الأولى :

النظرة الأولى مهمة جدا،لأنها تعطي انطباعا قد يدوم طويلا ،فإذا كنت طالبا في مدرسة جديدة،أو معلما جديدا،أو تتقدم لمقابلة مدير من أجل وظيفة جديدة ،أو حتى تتقدم لخطبة فتاة،أحرص أن يراك الآخرون بأفضل صورة.

ليس المقصود هو أفضل لباس أو زينة وخاصة بالنسبة للنساء،ولكن كفاءتك في المجال الذي تظهر فيه لأول مرة، وقدرتك على التعامل مع الظروف المختلفة،وهكذا

١٦-قد يكون الحل أمام عينيك ،قد يكون الأقرب أو الأسهل أو الأرخص

أحيانا نبحث عن الحل بعيدا ...وربما يعيدا جدا،وقد نبذل من أجله الكثير من الجهد والتعب والمال،ولكن قد يكون الحل قريبا جدا منّا،ونحن لا ننتبه إليه من طول الألفة.

١٧-لا تعيد اختراع العجلة،لا تلغي جهود من سبقك

مشكلتنا نحن العرب أن عملنا غير مؤسسي سواء في السياسة أو البحث العلمي وكل شيء، فعندما يأتي شخص يلغي جهود كل من سبقوه، وربما يكون هذا ألأمر من أسباب التخلف الذي ما زلنا نعاني منه، احترم جهود من سبقوك وخذ أفضل ما فيها ،ولن تخسر ،سوف توفر الكثير من الوقت والجهد.



١٨-الديناصورات انقرضت سريعا

بعض الناس يقوم بمشروع صغير فيجد بعض النجاح،وهذا يغريه أن يتوسع كثيرا بشكل يصعب عليه السيطرة عليه فينهار كل شيء.

فإذا أردت أن تقوم بعمل فاعرف حجمك وتوسع تدريجيا بحيث لا تفقد السيطرة وتخسر كل شيء> يقول المثل:" لا يمكن أن تحمل بطيختين بيد واحدة"



١٩-لا تتوقع رميه من غير رام

في هذه الحياة لا يوجد شيء مجانّي، ولا يوجد كسب بدون عمل، المال الحلال ليس من السهل أن تحصل عليه دون بذل الجهد.

قال تعالي:{وَهُزِّي إِلَيْكِ بِجِذْعِ النَّخْلَةِ تُسَاقِطْ عَلَيْكِ رُطَبًا جَنِيًّا} (٢٥) سورة مريم

فهذه امرأة ضعيفة نفساء، ومع ذلك أمرت بان تقوم بعمل ما وهو أن تهز جذع النخلة كي تجنى الرطب، لابد من وجود عمل حتى لو كان العمل هو البحث عن عمل، ولو وجدت نقود بدون عمل كميراث مثلا لن تدوم إلا بالعمل على تنميتها

٢٠-لا تطلب من أحد أن يفعل أشياء تعجز عنها أنت



إذا كنت مسئولا عن فئة من الناس،سواء كنت أب أو مدير أو قائد عسكري يجب أن تكلف أحدا بعمل لا تستطيع أنت أن تقوم به.

ويقال أن القادة العسكريين من أعدائنا سئل عن سبب نجاحه،فكان جوابه أن لم يقم بيوم من الأيام بتكليف جندي بعمل لا يستطيع هو أن يقوم به.

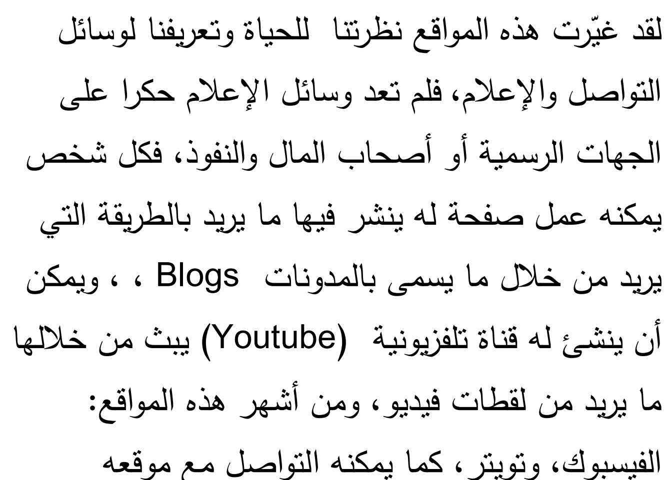
استخدام الإنترنت في جمع التبرعات... نظرة سريعة

يعرف الجميع مدى انتشار استخدام الإنترنت خلال الأعوام السابقة، حيث توفر طرقا متنوعة للتواصل بين الناس وتلغي حاجز المسافة.

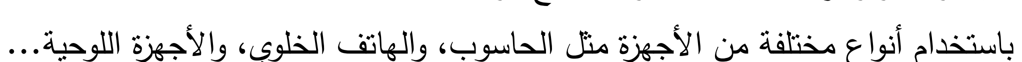


مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي:

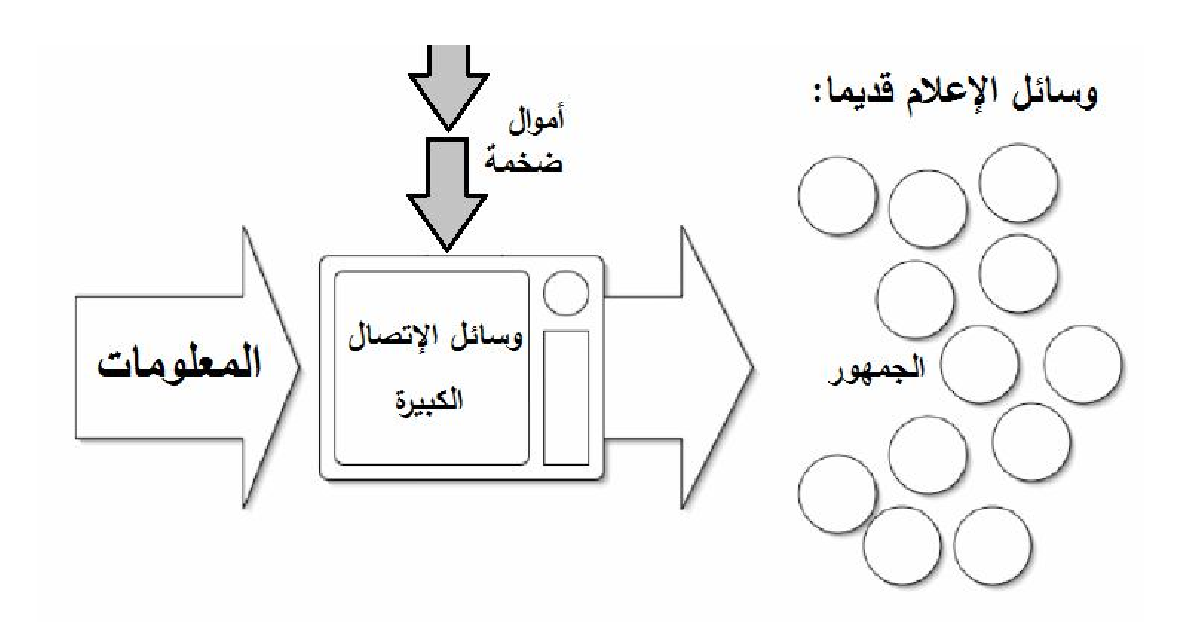


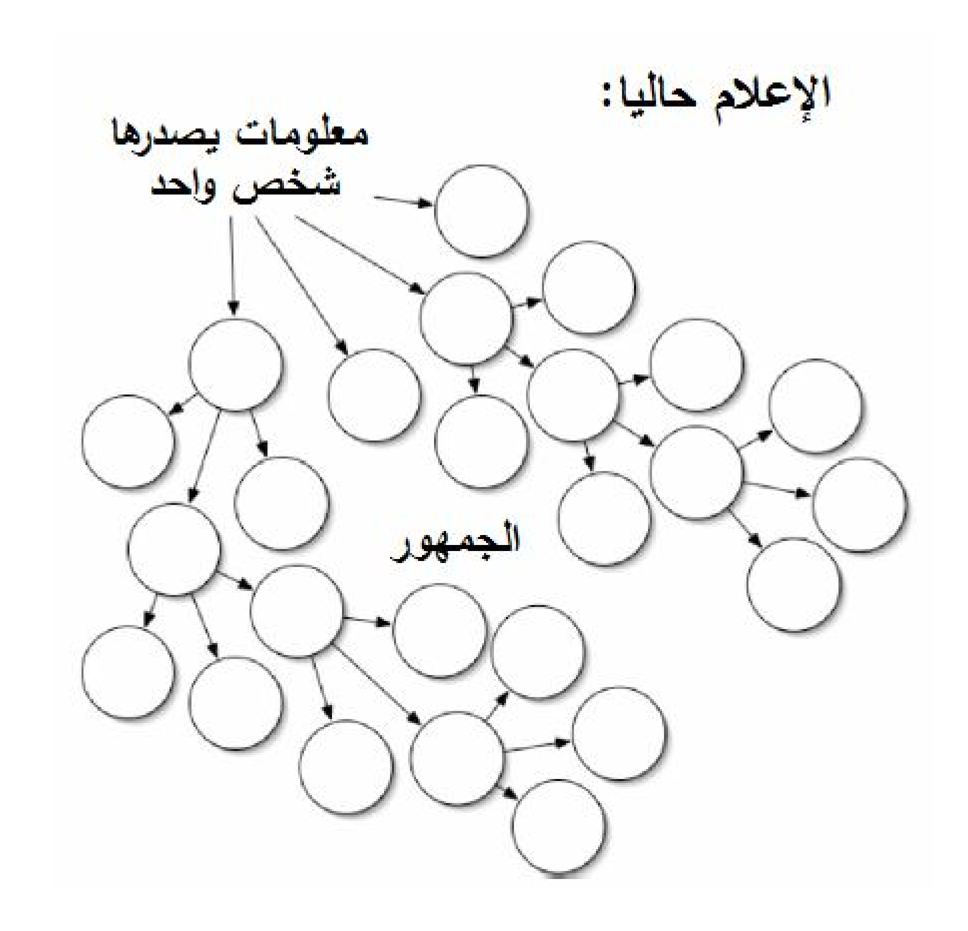


لقد غيّرت هذه المواقع نظرتنا للحياة وتعريفنا لوسائل التواصل والإعلام، فلم تعد وسائل الإعلام حكرا على الجهات الرسمية أو أصحاب المال والنفوذ، فكل شخص يمكنه عمل صفحة له ينشر فيها ما يريد بالطريقة التي يريد من خلال ما يسمى بالمدونات Blogs ، ويمكن أن ينشئ له قناة تلفزيونية (Youtube) يبث من خلالها ما يريد من لقطات فيديو، ومن أشهر هذه المواقع: الفيسبوك، وتويتر، كما يمكنه التواصل مع موقعه



باستخدام أنواع مختلفة من الأجهزة مثل الحاسوب، والهاتف الخلوي، والأجهزة اللوحية...


وسائل الإعلام قديما:
أموال
ضخمة
المعلومات
وسائل الإتصال
الكبيرة
الجمهور


الإعلام حاليا:
معلومات يصدرها
شخص واحد
الجمهور

الحاجة إلى مواقع التواصل:

مواقع التواصل تلبي الاحتياجات:

١-الحاجة للتواصل مع الآخرين:

منصات الشبكات الاجتماعية مثل فيسبوك، وأدوات الدردشة والبريد الإلكتروني وقوائم البريد الإلكتروني

٢-الحاجة إلى الإبداع، أن تكون مبدعا:

Flickr, MySpace, YouTube

٣- الحاجة إلى معرفة وجهات نظر الآخرين، والتأثير على المجتمع والثقافة

-المدونات، لوحات المناقشة، والموسوعات الحرة wiki

أهمية وسائل التواصل الإلكترونية للمؤسسات الخيرية:

• تطوير الولاء والمساعدة على الاحتفاظ بالأعضاء

– جعل المؤسسة جزء من حياتهم من خلال التواصل اليومي.

• النمو السريع بشكل متوالية هندسية (يطلق عليها viral campaign).



• توزيع المهام بين الأعضاء بشكل سريع وسهل، بالضغط على زر يمكن تحويل رسالة بريد الكتروني إلى العضو المناسب.

– تحديد المصالح والجهات المانحة الرئيسية ومتابعة التواصل معها

– جمع التبرعات من أصدقاء الأصدقاء

– دعم العملاء

– بناء المجتمع

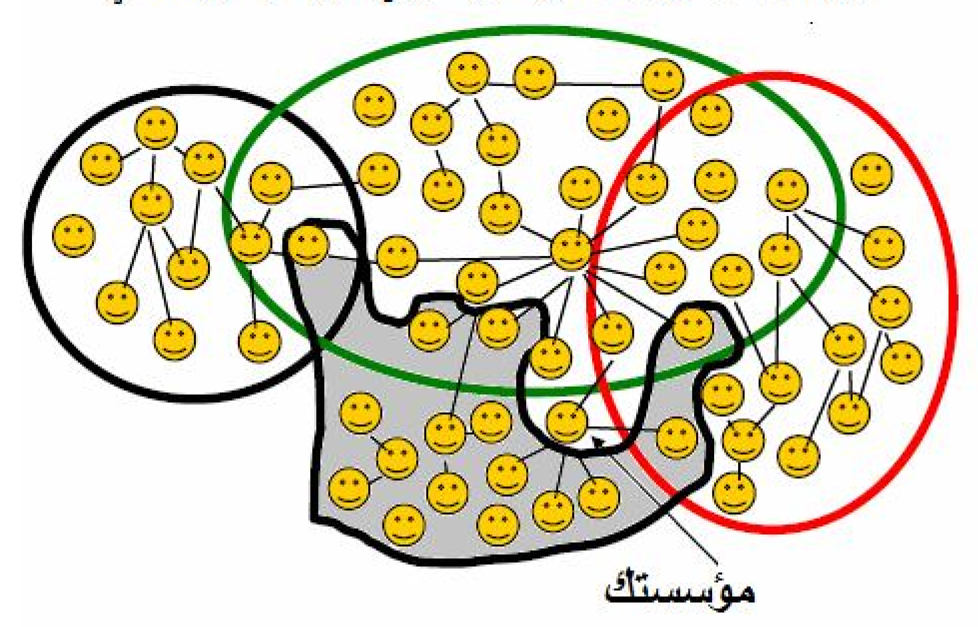
– تقييم المحتوى

– عرض منجزات المؤسسة أولا بأول وهذا يوفر الشفافية ويعزز الثقة عند المانحين.

بناء مجتمع افتراضي:

مواقع التواصل الاجتماعي تسمح للمؤسسات ببناء علاقات ذات معنى مع مجتمعات افتراضية قائمة أو إنشاء مجتمعات جديدة،ومن المستحيل التنبؤ بطريقة نمو هذه المجتمعات أو الحجم الذي ستصل إليه حيث تنمو بشكل متوالية هندسية.

جزء من مجتمع إفتراضي على مواقع التواصل الإجتماعي



أيهما له فرص نجاح أكثر استخدام وسائل الإعلام التقليدية أم مواقع التواصل الاجتماعي؟

نشاط:

-هل تشاهد التلفزيون؟

-هل تشاهد تلفزيون بلدك الرسمي.. مدة المشاهدة اليومية؟

-هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟

مدة الاستخدام اليومي؟



مثال :التنافس بين أوباما وهيلاري:

١–استفاد أوباما من حملات "جمع التبرعات الصغيرة" من خلال الشبكات الاجتماعية والبريد الإلكتروني ومواقع الانترنت.

٢–استخدمت حملة هيلاري من وسائل الإعلام التقليدية والاعتماد على الجهات المانحة الرئيسية .

٣–أثناء الحملة وصل المبلغ الذي حصل عليه أوباما من الداعمين الصغار عبر الشبكات الاجتماعية إلى ٣١مليون دولار، وكان معدل المبلغ الذي يتبرع به الشخص ٢٠٠ دولار فقط. بينما حصلت هيلاري على ٦ مليون فقط.

مواصفات صفحة التبرعات على شبكة الإنترنت:

- تأكد من جاهزية الموقع وعدم وجود روابط غير صحيحة.
- إنشاء أسباب تغري الزائر بالعودة (معلومات جديدة، ألعاب، فرص جديدة).
- وفي معظم الأحيان، يجب أن تكون صفحة التبرع بسيطة وصغيرة الحجم وطريقة التبرع سهلة وواضحة.
- تأكد من إضافة قائمة المانحين إلى البريد الإلكتروني، والمواقع الخاصة بالمؤسسة .
- إرسال رسائل ترحيب ورسائل شكر

جمع التبرعات باستخدام البريد الإلكتروني:



يعتبر البريد الإلكتروني من اسهل طرق جمع التبرعات باستخدام الإنترنت، فهو لا يحتاج إلى تصميم ونشر موقع خاص، ولا الجلوس طويلا للمحادثة المباشرة مع الناس، ويمكن كتابة رسالة بريد الكتروني في دقائق وإرسالها إلى عدد كبير من الناس مرّة واحدة، والشخص الذي تصله الرسالة التي كتبت بطريقة سليمة لا يحتاج لأكثر من ثواني لقراءتها.

نصائح لإستخدام البريد الإلكتروني في جمع التبرعات:

١–لتكن رسالتك قصيرة ومختصرة ومعبّرة.

٢–استخدم خط كتابة سهل وبحجم مناسب، والكلمات المهمة اكتبها بخط سميك ولون غامق.

٣- يجب أن تستخدم نمط معين من طريقة الكتابة فلا تملأ الرسالة بالكثير من الألوان والتفاصيل.

٤- لا تزعج الأشخاص برسائلك بشكل متكرر يومي أو أسبوعي، يجب أن لا ترسل أكثر من رسالة لشخص ما أكثر من مرة أو مرتين في الشهر.

٥- لا تقوم بتغيير عنوان بريدك حتى لا يحذف المستقبل رسائلك من أجل الاحتيال عليه وإرغامه على تلقي رسائلك، لأنك بهذه الطريقة تدفعه لمعاداتك.

بعض أدوات وسائل التواصل الاجتماعي:

١-مواقع على شبكة الإنترنت

٢-الموسوعات الحرة WIKI

٣- منصات الشبكات الاجتماعية() الفيسبوك، وفليكر)

٤-لقطات الفيديو (يوتيوب)

٥-تغريد (تويتر)

٦- الرسائل الفورية / الدردشة

٧- تطبيقات جوجل

٨- الرسائل النصية

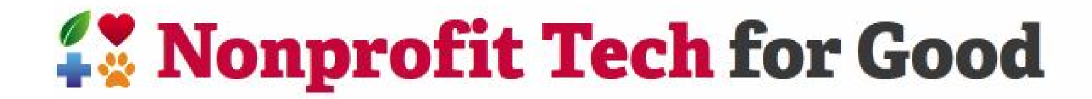
٩-البريد الإلكتروني

١٠-مواقع المحادثة (الدردشة)

موقع يتضمن عناوين ١١١ موقع تقدم خدمات مجانية أو قليلة الكلفة للمؤسسات التطوعية

/http://www.nptechforgood.com/2013/07/29/low-cost-tools-for-nonprofits

About Books Clients Services Training Schedule Webinar Schedule Press C



EXPLORE SOCIAL MEDIA FACEBOOK TWITTER GOOGLE PLUS LINKEDIN YOUTUBE

MOBILE MEDIA, SOCIAL MEDIA

111 Low-Cost or Free Online Tools for Nonprofits

July 29, 2013

The number of low-cost or free online resources and tools available to nonprofits today is astounding. Many nonprofit professionals are overwhelmed by the all choices and as mobile media continues to grow, prepare to be mind-boggled by all the new technology options that will be available to your nonprofit in coming years.



وسائل مقترحة جمع التبرعات:

نظرا لأن الأفراد هم الفئة الأكثر أهمية في مسألة التبرعات في العالمين العربي والإسلامي؛ لذا فإن الوصول لهم يحتاج إلى وسائل عدة أبرزها ما يلي:

١- الاتصالات الشخصية المباشرة، وهي التي تحدث وجها لوجه، وهي الأكثر فعالية؛ حيث إن هناك العديد من الأسئلة التي قد يطرحها المانح، والتي تجد لها إجابة في اللقاء مع المستفيد.

٢- حملات طرق الباب Knock at the Door. ، حيث يتم ومن خلال المتطوعين طرق أبواب المواطنين ودعوتهم للمشاركة في التبرع لغايات وأهداف معينة.

٣- التبرع من خلال الحملات في الشوارع والأسواق، حيث يقومون بالوقوف عند إشارات السيارات ومفترق الطرق ويجمعون بحصالاتهم ما يجود به المتبرعون.

٤- الخطابات الشخصية التي تأخذ الصفة الشخصية البحتة التي يجب إعدادها بدقة متناهية، وتجيب عن جميع الأسئلة التي يمكن أن يطرحها المانح.

٥- الاتصالات التليفونية التي تنقل رسالة المؤسسة ببساطة ويسر وتأخذ صفة غير رسمية مع الجهة، سواء أكان فردا أم أسرة، ويتم فيها طلب الدعم والمساندة منهم.

٦- المناسبات الخاصة: كالأعياد أو في رمضان، أو المناسبات التي أصبحت متعارفا عليها أو يوم الأم، أو يوم كبار السن وخلاف ذلك، حيث يتم إعداد ترتيب للاتصال بالمانحين.

٧- الدعوة للتبرع بوساطة الإعلان بوسائل الإعلام المختلفة، ويتطلب ذلك اعتماد وسائل ذكية لافتة للانتباه في الإعلان بالإضافة إلى البساطة. ومن أمثلة ذلك الإعلان الذي كان يبث من أحد التلفزيونات العربية لجمعية ترعى المعوقين، وكان يحمل عبارة بسيطة تشير إلى أن عمل الجمعية في مجال الإعاقة، يعقبه عبارة واحدة: "وأنا أيضا لي نصيب من زكاتكم". ومثال آخر لمؤسسة تطوعية كانت تقوم ببناء مستشفى للسرطان، وكان الإعلان الذي يبث في وسائل الإعلام من صحافة وإذاعة وتلفزيون يحمل عبارة بسيطة هي: "نحن نقوم ببناء مركز للسرطان، ساعدونا لإتمامه".

٨- الدعوة للإسهام في تغطية نفقات الخدمة، كما هو الحال في الدعوة لكفالة اليتيم، أو تغطية تكاليف علاج مريض أو تغطية نفقات تعليم طالب جامعي، أو تكاليف رعاية طالب معاق.

وليس هناك من حدود لمثل هذا الإسهام الذي يلاقي صدى في الوطن العربي، على أساس أنه أسلوب مباشر لتقديم الخدمة ومعرفة الغاية التي من أجلها يقدم الدعم.

٩- الحفلات السنوية التي تقيمها المنظمات التطوعية التي يدعى إليها الميسورون والمقتدرون والمهتمون بعمل الخير. وتقام في العادة في إحدى القاعات الكبرى، حيث يجتمع الجميع ويقدمون تبرعا للجمعية بالإضافة إلى رسوم المشاركة. وهناك حفلات أخرى، بالإضافة إلى

الحفلات السنوية كأن يكون ذلك حفل إفطار تقشفيا، وقد تأتي الحفلة السنوية ضمن مفهوم موائد الخير الذي يتم فيه تبرع الأغنياء لإقامة موائد إفطار في رمضان للفقراء والمحتاجين.

١٠- مقترحات المشاريع خاصة عندما تقوم المنظمة التطوعية بتقديم المقترحات المتعلقة بطلب تبرع لإنشاء مشروع أو تكملته، أو تشغيل مشروع طبي أو تعليمي أو اجتماعي. وقد أصبح إعداد المشاريع وصياغتها من أهم الوسائل المعتمدة خاصة من المنظمات المانحة لتقديم الدعم أو مواصلته والمتعلقة بتنفيذ المشاريع الخيرية.

١١- الاشتراكات ورسوم العضوية التي تعد ضمن الدخول التي تعتمدها المؤسسة التطوعية في تأمين دخل لإدامة أعمالها، وزيادة الاشتراكات ضرورة ماسة؛ حيث إن قاعدة العضوية المتسعة تسهم من خلال هذه العضوية في الوصول إلى العديد من المانحين والراغبين في الإسهام في دعم أعمال الخير.

١٢- الأسواق الخيرية والبازارات التي تقيمها المنظمات التطوعية بهدف تسويق منتجاتها كإحدى الوسائل المتاحة لجمع التبرعات.

١٣- المعارض الفنية، وهي لا تختلف عن الأسواق الخيرية والبازارات، ويسهم في العادة الفنانون برسوماتهم وأعمالهم الفنية بحيث يخصص العائد لأعمال المنظمة التطوعية.

١٤- بطاقات المناسبات؛ حيث تلجأ المنظمة التطوعية إلى طباعة بطاقات للمناسبات كالأعياد والمناسبات الوطنية وتقوم ببيعها بحيث تعود واردات هذا البيع على أعمال المنظمة.

١٥- دكاكين وأسواق الخير التي تلجأ إليها المنظمات التطوعية خاصة في المناسبات التي من أهمها شهر رمضان المبارك؛ فتقوم المنظمة بتسويق منتجاتها أو الاستفادة من الذين يشاركون في عرض بضائعهم في هذه الأسواق، وتكون الفوائد التي تحققها هذه الأسواق في الغالب كبيرة.

١٦- الاستقطاعات الشهرية؛ حيث يتم دعوة الراغبين في دعم المنظمة إلى تخصيص مبالغ معينة من رواتبهم يتم اقتطاعها شهريا من الراتب مباشرة، وتحويلها إلى المنظمة التطوعية.

١٧- الحملات البريدية التي يتم بوساطتها توجيه رسائل متضمنة قسائم يتم تعبئتها ويرفق بها الدعم الذي يقدمه الفرد في حالة رغبته في تقديم الدعم أو التبرع.

١٨- الحملات الإعلامية للدعوة إلى دعم المنظمة التطوعية، وذلك عبر وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة.

١٩- المزادات الخيرية؛ حيث يتم في أثناء الحفل السنوي، أو أي مناسبة تقوم بها المنظمة التطوعية، بيع بعض المجوهرات أو الملابس الوطنية أو الشعبية.

٢٠- حصالة الخير وتوضع في الأسواق أو المدارس، وتستهدف جمع التبرعات من الراغبين في ذلك. وقد تم في الأردن توزيع آلاف الحصالات على الأطفال في المدارس ضمن مشروع القرش

الخيري، الذي يدعو المواطنين إلى الإسهام يوميا بقرش واحد، على أساس أن القرش هو أصغر فئة في العملة.

٢١- ترويج الاسم، ويتم ذلك بالإنفاق مع المؤسسات التجارية أو الصناعية بحيث يتم الإشارة إلى المؤسسة التطوعية، وأن جزءا من مبيعات هذه المؤسسة سوف يخصص للعمل الخيري.

٢٢- طابع الخير والكوبونات التي تقوم بطباعتها المنظمة التطوعية، وتعمل على تسويقها لصالحها.

٢٣- المسيرات والمسابقات الرياضية على جميع المستويات أو أي نشاطات أخرى مشابهة.

مشروع التخرّج:

فكرة.. خطة... ومضة.. يمكن التقاطها واستخدامها في عملك

في هذا الكتاب قدمّنا محتوى يتضمن الكثير من الأفكار ... والخطوط العريضة... والسياسات العامة.. والمهارات... والتقنيات.. وشيء من – المكر – الحسن ..



والمطلوب:

١-اختيار موضوع مما طرح في الكتاب لاعتماده كمدخل أو منطلق أو (ومضة إلهام) أو (لحظة إشراق) لفكرة.. أو.. مشروع أو .. طريقة أو خطة تقترحها للاستفادة منها في عملك الحقيقي



لا تنسونا من صالح دعائكم